الاستغراب
AL-ISTIGHRAB
Occidentalism

11

دوريّة فكريّة تُعنى بدراسة الغرب وفهمه معرفيّاً ونقديّاً
تصدر عن المركز الإسلامي للدراسات الاستراتيجيّة - بيروت
العدد الحادي عشر- السنة الرابعة - 1439هـ - ربيع 2018

الميديا
إمبريالية الصوت والصورة والصدى

الملف

محاورات

حلقات الجدل

نحن والغرب

الهيئة العلميّة

هذه الفصليّة

تهتم فصلية "الاستغراب" بفهم الغرب ودراسته من خلال التعرُّف على مناهجه وأبنيته الفكرية والثقافية والايديولوجية وإعادة قراءتها بروح نقدية عارفة.

غاية المركز الإسلامي للدراسات الاستراتيجية من إصدار هذه الفصلية، تتأتّى من ضرورة تشكيل منفسح تفكيري خلاَّق يفضي الى التواصل المتكافئ معرفياً وحضارياً بين الاسلام والغرب.

في مقدم القضايا التي وجدنا أن نشتغل عليها تأسيساً على هذه الغاية، السعي الى مقاربة الغرب على نحو يتعدى ما ألِفَتْه النخب العربية والإسلامية ماضياً وراهناً.. خصوصاً حيال الكيفية التي جرى التعامل فيها مع قيم الغرب ومعارفه، سواء لجهة التقليد الخالص لهذه القيم او لجهة رفضها والقطيعة المطلقة معها.

ولأجل تظهير غايتها، تأخذ هذه الفصلية بمنهجية تكاملية تقوم على تفعيل ثلاثة خطوط متوازية ومتلازمة في الوقت عينه:

ـ **الخط الأول:** التعرف على المجتمعات الغربية كما هي في الواقع، وذلك من خلال مواكبة تطوراتها العلمية والفكرية والثقافية والسياسية، وذلك عبر ما تقدمه نخب هذه المجتمعات من معارف في سياق إعرابها عن القضايا والمشكلات التي تعيشها في مطلع القرن الحادي والعشرين.

ـ **الخط الثاني:** التعرّف على المناهج والسياسات التي اعتمدها الغرب حيال الشرق والمجتمعات الإسلامية على وجه الخصوص، وذلك بقصد جلاء الكثير من الحقائق وتبديد مِثلها من الأوهام التي استحلت التفكير العربي والإسلامي ردحاً طويلاً من الزمن.

ـ **الخط الثالث:** وهو خط النقد، ويجري على ثلاثة أوجه:

الوجه الأول: نقد قيم الفكر الغربي وآثارها المترتبة فكرياً على الانتلجنسيا العربية والاسلامية، وبيان آليات الاستغراب السلبي الناجمة منها...

الوجه الثاني: نقد الغرب لذاته من خلال اختيار وتعريب ما يكتبه الفلاسفة والمفكرون والباحثون الغربيون حول القضايا التي تعكس أحوال مجتمعاتهم، والتحولات التي تحتدم فيها تلك المجتمعات في الميادين المختلفة.

الوجه الثالث: نقد النخب العربية الاسلامية للغرب، إنطلاقاً من معرفتها به واستيعابها لتاريخه وسعيها الى مناظرته على أرض التكافؤ الخلاق والكلمة السواء.

11

الاستغراب

occidentalism

AL_ISTIGHRAB

دوريّة فكرية تُعنى بدراسة الغرب وفهمه معرفياً ونقدياً

تصدر عن المركز الإسلامي للدراسات الاستراتيجية (بيروت)

العدد الحادي عشر ـ السنة الرابعة ـ 1439 هـ ربيع 2018

بسم الله الرحمن الرحيم

” اعْقلُوا الْخبَرَ إِذَا سَمعْتُمُوهُ عَقْلَ رعَايَة لَا عَقْلَ رِوَايَةٍ فَإِنَّ رُوَاةَ الْعِلْمِ كَثِيرٌ وَرُعَاتَهُ قَلِيلٌ.. “

الإمام علي بن أبي طالب (ع)

occidentalism

الاستغراب

AL_ISTIGHRAB

11

دوريّة فكرية تُعنى بدراسة الغرب وفهمه معرفياً ونقدياً

تصدر عن المركز الإسلامي للدراسات الاستراتيجية (بيروت)

مجازة من وزارة الاعلام اللبنانية، قرار رقم: 423 / 2016

العدد الحادي عشر ـ السنة الرابعة ـ 1439 هـ ربيع 2018

للتواصل

بيروت ـ لبنان ـ طريق المطار ـ مدخل مدرسة القتال

مقابل محطة (Hypco) ـ بناية الجود، بلوك B ـ الطابق الرابع.

ـ هاتف: 00961-1-274465

ـ موقع: http://istighrab.iicss.iq

ـ إيميل: istighrab.mag@gmail.com

التحويل البنكي

Islamic Center for Strategic Studies – Civil Compa.

IBAN: LB78 0052 0024 0013 0102 4055 9014

IBL BANK SAL. Swift Code: INLELBBE

المحتوى

المبتدأ

محاورات

الملف

المحتوى

المحتوى

فتنةُ المشاهدة

■ **محمود حيدر**

هل الميديا عالمٌ افتراضيٌ كما قرر المحدثون من أهل الإصطلاح، أم هي عالمٌ حقيقيٌ يترجمُه نمطُ حياةٍ بالغ الكثافة والتعقيد؟..

ينطوي السؤال كما هو بيِّن على ضربٍ من التشكيك بصوابية التعريف. فالناظر في أفعال الميديا وآثارها والوقائع الناشئة منها، لا يلبث حتى يأخذه الذهول بعالمٍ مثقلٍ بالحقائق الواقعية.

لننظر إذاً، ماذا نرى؟..

لو كان لنا ان نعيِّن مقصداً للغاية التي من أجلها افتتحت الميديا زمنها المفارق، لانْصرفْنا الى القول: إنها الرغبة الجامحة بإغراق العالم بطوفان غير مسبوق من الأظلّة والأصوات والاصداء والصور والمعلومات. كما لو أن الآخذين بناصيتها أرادوا أن تفصحَ الحداثةُ الفائضةُ عما تبقى من أسرارها بعدما أعلنت عن نهاية التاريخ. فالليبرالية الجديدة، وقد فاضت عن نفسها حتى ضاق صدرها، لم تعد تقدر على الصبر طويلاً لتسوِّغ دعاويها وتعلن سيادتها على أربع جهات الأرض.

في مستهل القرن الجاري كشفت الميديا عن أعمق أسرار الحداثة، لمَّا أضافت نظرية "القوة الليِّنة" الى منهج التطويع القهري للغير على امتداد الأزمنة الاستعمارية المتعاقبة. وهي النظرية التي يجوز لنا أن نعبرِّ عنها في عالم الميديا بـ"ثقافة الومضة". إذ مع هذه الثقافة التي ولدت على حين بغتة جرَّاء الدَفَقِ الهائل للمعلومات بات المواطن العالمي يشعر ان لا حيلة له سوى التماهي مع سيولها العارمة.

هذه الوضعية المستحدثة التي جيء بها إلينا على صهوة الميديا، سوف تدعونا إلى التعرُّف على الأصل الذي منه ولدت "ثقافة الومضة". لكن معرفة الاصل، تفترض العودة، ولو قليلاً، الى التأسيس الانطولوجي للخطاب الاعلامي الغربي.

الابتداءات الفعلية لهذا التأسيس جرت مع حداثة أقامت فلسفتها على اليقين بأن الإنسان يستطيع معرفة كل الأشياء في حد ذاتها؛ وان العلم والتفكير العلمي قادران، من دون سواهما، ان يحدِّدا ما ينبغي علينا ان نقبله على انه حقيقي.. وأن ما يتصل بالمعاني والقيم الروحانية، إنْ هي إلا متغيرات في كيمياء الدماغ التي

تتفاعل مع مجموعة من القوانين الميكرو ـ بيولوجية المرتبطة بتطور الإنسان.

ولكن.. ما حدث في "المابعد" سيفتح الباب على إمكان تبديد هذا فلم اليقين. يكد يتسنى للحداثة أن تحشر انسانها المعاصر في عالمه الأرضي وتدفعه مجدداً نحو الوثنية، حتى جاء من أهلها من يُخبِرُ عن استحالة هذا المدَّعى. جمعٌ من مفكري التنوير المتأخرين ذهبوا الى القول: إن العقل المحض الذي يُعاد انشاؤه في مواجهة الصعود المتجدد للميتافيزيقا الدينية بات قاصراً عن تلبية مقتضيات الحضارة الحديثة. وكان ان ثَبُتَ بالتعقُّب التاريخي لمسار المعرفة ان هذه الأخيرة، ليست سوى سلسلة من الصياغات المجازية: من الشيء الى الصورة الذهنية، ومن الصورة الى الكلمة التي تعبِّر عن حالة الفرد النفسية، ومنها الى الكلمة التي تفرضها الإصطلاحات الاجتماعية بزعم أنها الكلمة الصحيحة.. ثم عودة إلى البدء: من هذه الكلمة الى الشيء الذي لا ندرك منه سوى الملامح التي تسهل صياغتها المجازية في المعاجم المتوارثة.

* * *

لمّا استشعرت الحداثة بنسختها النيوليبرالية مأزقها الأصلي، أي البحث الشاقّ عن بَدْءٍ جديد، راحت تحثُّ السير نحو انعطافة تمنحها القدرة على ترميم صدوعها، وإعادة تشكيل العالم الجديد طبقاً لأغراضها. لقد وجدت في "العولمة" ضالّتها الكبرى لتعثر على هذه الانعطافة. ألقت بجميع أثقالها داخل شبكة عنكبوتية من الأنباء والمعلومات والصور والرموز، وحوَّلتها إلى منظومة للتحكم والسيطرة. استعملت النيوليبرالية منظومتها المستحدثة بغلوّ صارخٍ، وراحت تزيل الستر عن الأصل الذي جاءت منه،ثم لترمي به في العراء. سوى أن الأثير اللامتناهي الذي أطلقته الحداثة الفائضة، من أجل ان تهيمن على العقول والمشاعر، سيكون له ارتدادات انقلابية على منبتها الأصلي. ظنَّت أنها بتوسيط الميديا تستطيع أن تبشِّر العالم كله بمشروعها الإنقاذي. ثم انبرت تقنع البشرية بأن روح الغرب هي روح التاريخ الانساني كله، وأن كل شيء في العالم الحديث بات رهن قِيَمِها وأحكامها.

* * *

حاصل التجربة التي لم تأخذ الكثير من الوقت، كان في جانب أساسي منه مخيِّباً للآمال. فلو حَسِبَت حكومات الحداثة ما ستؤول اليه أحوالها لحظة انفجار ثورة الاتصالات، لانعطفت عن مسارها واجْتَنَبَت سوء الخاتمة. ربما غفلت عما نبَّه إليه بعض نقاد "الميتافيزيقا البتراء" وفي مقدمهم فريدريك نيتشه، من انه "بالمعرفة الكاملة بالأصل يزداد هذا الأصل تفاهة". ومرامُه في ذلك، أن الفكرة المؤسِّسة للتنوير أخذت تهبط الى أدنى حدودها، وتفقد جاذبية احتوائها على السر لمّا أصبح أصلها معروفاً.

بمحض إرادتها أطلقت الحداثة الفائضة عن طريق الميديا كمّاً ضخماً مما اختزنته على مدى قرون من قيم ومعارف وأسرار. لقد أمست التلفزة الكونية – على سبيل المثال - معادلاً تكنولوجياً للإيديولوجيات الليبرالية الصارمة. باتت أشبه بتقنية أسطورية تستند إلى جماهير عريضة، تتكاثر كلما تطور سلطانها المعنوي.

كتمثيل لعمل هذا "الكائن الاسطوري المضلِّل" يحضرنا ما ذكره مرة أحد منتجي البرامج التلفزيونية في القناة الفرنسية الأولى: «كلما كان مستوانا متدنياً ومادياً، جلبنا عدداً أكبر من المشاهدين. أضاف: هم على الأقل لا يفكرون، فلنتوقف إذن، عن لعب دور الوعَّاظ»...

لهذه الغاية سعت مراكز التحكم بعالم الميديا الى بثِّ كل ما يشجع على القبول الأعمى بالمنتج الأثيري. وهذا بالضبط ما كان لاحظه الفيلسوف الفرنسي الراحل روجيه غارودي في بداية التسعينيات، لمّا بيّن أن فلسفة الإعلام في الغرب تنطوي على تحريض دائم وحاسم من أجل تجنيد المشاهدين بالإغراء، ودعوة إلى الغوغائية والخمول، والتوجه نحو رأي عام تتلاعب به الدعاية والإعلانات. أراد غارودي ان ينبِّه الى أن التلفزيون نفسه لا يقصّ حكاية التاريخ، ولكنه يصنعها بالتلاعب بها. بمعنى أنه يستسلم إلى انحرافات السوق، وإلى تهديم كل روح ساعية الى النقد الخلاَّق، وكل فكر يشعر بالمسؤولية.

لنا هنا من فضاء التلفزة الفضائية المثال التالي:

من غوايات العالم الافتراضي وأضاليله، ذاك الذي يطل عليك من دون استئذان بعبارة "الخبر العاجل". وهذا النوع من المباغته الذي يملأ فضائيات العالم وبجميع اللغات يبدو باعثاً على سلوى المشاهدة ولو كان خطباً جللاً مثقلاً بالضحايا. حتى لقد غدت الكلماتُ المعدوداتُ أسفل الشاشة أدنى إلى "طقس نفساني"، يتلَقَّفه المشاهدون عن ظهر قلب.

تلقاء هذا النوع المستحدث في عالم الإعلام الفضائي يكاد كل شيء يصبح قابلاً للتصديق. والذي اصطُلح عليه بـ«الميديا» كوصف مكثَّف للسيطرة الإعلامية، سوف يتحول في خلال فترة عجولة إلى «وحش أسطوري» يلقي بظلِّه الرهيب على كل مواطن يتوقع نبأً ما، ينجيه مما هو فيه من هلع.

ظاهرة "الخبر العاجل" على وجه التعيُّن- لم تعد مجرد حالة عارضة. بل هي أمست مع تقادم الزمن وكثافته وسرعته، حالة "نفس – ثقافية" متأصّلة. فلو تحرّينا منشأ ولادتها وأسباب نموها وتوسعها، لتبيّن لنا بهتاناً وبراءتها المزعومة. فإنها موصولة بالأغراض والأهواء والمصالح، وكذلك بغايات سياسية وإيديولوجية واضحة المعالم،في المجتمعات الأهلية، كما في العلاقات بين الدول.

ولئن قال قائل إن مهمة الخبر هي ملء المساحة المجهولة من مجريات الأحداث، ومن حق الجمهور التعرّف على ما لا يعلم، فقوله صحيح في المبدأ. لكن الصحيح أيضاً وأساساً يكمن في الكيفية المهنية والأخلاقية التي تقدم فيها المعلومات فضلاً عن النتائج المترتبة عليها.

ولكي لا يبقى القول في "الخبر العاجل" ضمن حدود الوصف، تحدونا المسؤولية إلى النظر إليه بوصفه وسيلة غير منزهة عن الأغراض. فإنه على ضرورته في تغطية الأحداث، لا ينبغي أن يفارق القاعدة الكلية التي

تحكم فلسفة الإعلام، وهي الحرية المقرونة بالمسؤولية. والمسؤولية هنا هي شأن معنوي وأخلاقي قبل أي شأن آخر.. فعلى أرض هذه المسؤولية يمكن إجراء الأحكام على أخلاقية، أو لا أخلاقية الخبر على أنحائه المختلفة. من هنا مسّت الحاجة إلى وجود «قانون للسلوك الحسن». وهو سلوك ينبغي أن يكون مؤسَّساً على أخلاق عالمية في الحد الأدنى، يتم تحديدها وتُفرض على الامبراطوريات الإعلامية، سواء على سلوكهم في ما بينهم، أو في العلاقة مع الآخرين.

المرارة التي يفصح عنها مثقفون غربيون حيال واقع الميديا في مجتمعاتهم، مردُّها إلى استشعارهم أن الحضارة الغربية تنحو بسرعة مذهلة نحو الاضمحلال الأخلاقي. حتى إن كثيرين منهم راحوا يصفون مستهل القرن الحادي والعشرين بأنه عودة متجددة لعصر فساد التاريخ وتدهوره، كما كان الأمر زمن انحطاط الرومان. وأن هذا التدهور الموسوم بهيمنة تقنية وعسكرية ساحقة، لا يحمل أي مشروع إنساني قادر على إعطاء معنى للتاريخ وللحياة.

الوجه اللافت في النقد الغربي لـ "الميديا" يمكث في بعده الأخلاقي والقيمي. وهذا جدير بالاعتناء والتقييم من جانب النخب العربية والإسلامية لما له من أثر بيّن في التعرّف على طبائع النقاش الجاري اليوم في البيئات الثقافية الغربية. ومثل هذا النقد سوف يتخذ حيّزاً أكثر عمقاً في قيمته، حين يصوِّب على ماهية الأخلاق. من النقاد من يشير إلى الطابع الفلسفي للسؤال، فيلاحظ أن ما يخصنا، هو ذاك الذي يتعلق بسؤال الخير والشر. وأيضاً بكل ما يستحق العناية على صعيد القيم مثل الحق والجميل، والشجاعة والشرف والتضحية بالنفس.. ولغياب الضوء الكاشف يعود كثيرون من علماء الاجتماع والأخلاق في الغرب إلى إعادة إحياء ما يعتبرونه المعيار الأولي للخير العام. وهو ما يوفره لهم مبدأ كانط الأخلاقي: تصرّف كما لو أنك تستطيع أن تجعل من مبدأ فعلِك قاعدة كونية».

وبعد...

كلنا يأمل ويرغب أن يتلقى خطاباً ينبئه بخبر سعيد، أو بمشهد يبتعث في داخله جمال العالم من حولـه، أو بحكمة تمنحه الأمان، وتنزع من ناظريه غشاوة القنوط والضجر والتشاؤم؛ إلا أن ما قصدت إليه فتنة المشاهدة كما قررتها الحداثة الفائضة هو مضاعفة اللاّمعنى في عالم بات اليوم أشد حاجة الى استعادة مكانة الإنسان ومعناه.

* * *

هذا العدد من "الاستغراب" يعتني بالميديا المعاصرة كظاهرة استثنائية من ظواهر تداعيات الحداثة الكلاسيكية في الغرب. وقد حاولنا تغطية إشكالياتها ومشكلاتها المعرفية والأخلاقية والتقنية، وكذلك أثرها الحاسم على نظام القيم الإنسانية في مطالع القرن الحادي والعشرين.

شارك في هذه التغطية مفكرون وباحثون وأكاديميون من العالمين العربي والإسلامي، فضلاً عن منتخبات مترجمة لعلماء اجتماع وأكاديميين من أوروبا وأميركا الشمالية.

محاورات

"تلفزة" الخطب الجلل
هكذا تجعل الأخبار العالم مكاناً أسوأ

حوار مع البروفسور لانس بينيت

أجرى المقابلة جيانكارلو بوسيتي

"تلفزة" الخطب الجلل

هكذا تجعل الأخبار مكاناً أسوأ

أجرى الحوار: جيانكارلو بيزيتي[*]

ما الأثر الذي تتركه الأخبار التلفزيونية الفضائية في البنية السيكولوجية والاجتماعية والاقتصادية على مجتمعات العالم المعاصر؟

هذا السؤال الإشكالي كان مدار حوار مع البروفسور لانس بينيت أستاذ العلوم السياسية ومدير مركز الاتصالات والإنترنت في جامعة واشنطن بالولايات المتحدة الأميركية.

في هذا الحوار يكشف بينيت المأزق الأخلاقي الذي يتعمّق باستمرار بسبب التضليل الإعلامي والتسابق بين الشركات الكبرى على الأخبار المدهشة.

فيما يأتي وقائع الحوار:

ما الصورة التي ترسمها برامجنا التلفزيونية لنا عن أنفسنا؟ والأهم من ذلك: ما الصورة التي ترسمها لنا عن الحضارات والثقافات الأخرى خاصة تلك البعيدة عنا؟ يكشف لنا خبير في البرامج التلفزيونية الأميركية عن آلية لتزييف وتشويه الواقع لا ترى إلا الفوضى والاضطراب في العالم غير الغربي مبرزة الأحداث الدرامية والمثيرة للعواطف والأزمات لتزرع في عقول مشاهدي هذه البرامج شعوراً بأن العالم خارج عن نطاق السيطرة وأنه لا توجد أية فرصة في إعادة النظام إليه. هذا المنطق يبرز بشكل واضح وبكثير من الطرق في البرامج الإخبارية الإيطالية أيضاً، فكيف نهرب من هذه

---

*ـ العنوان الأصلي للحوار: **TV News that make world worse.**

ـ المصدر: **www.polisawashington.edu.**

ـ ترجمة: رشا طاهر. مراجعة: ألبير خوري.

المحاكاة الزائفة للعالم؟ هل نفعل ذلك من خلال مشاهدة قناة البي بي سي البريطانية (أو من خلال تصفح مواقع الإنترنت)؟

أريد منك في البداية أن تقدم لنا الموضوع الذي تسميه «التحيزات الرئيسة في التلفاز» وتأثيراتها في الرأي العام. ألا يزال التلفاز هو الوسيلة الإعلامية المهيمنة في البلاد ذات الأنظمة الديموقراطية؟

إن الأبحاث توثق بشكل واضح أن البرامج الإخبارية التي يبثها التلفاز لا تزال هي أهم مصادر تلقي المعلومات وبناء الآراء المتعلقة بالقضايا المختلفة عند عامة الناس على الرغم من وجود بعض التطورات المهمة في فضاء الإنترنت قد تؤدي إلى تغيير هذا الواقع يوماً ما. لا شك بأن هناك قنوات بديلة للوصول إلى المعلومات ولكن غالبية الناس وفي غالبية البلدان لا تنتبه إلى القضايا أصلاً ولذلك فهي تكتفي بمشاهدة سريعة لما تبثه البيئة الإخبارية المحيطة بهم لمعرفة آخر التطورات والأزمات، هذا يجعل من التلفاز أداة سياسية في غاية الأهمية في المجتمع.

هل هذا هو الواقع في كل مكان؟

القنوات التي يعمل التلفاز من خلالها تختلف بشكل كبير من بلد إلى آخر، البلاد الأوروبية وخاصة بلاد شمال أوروبا لديها خدمات بث عامة قوية للغاية، وقناة البي بي سي البريطانية هي النموذج الذي تتبعه في هذا المجال. هذه مصادر مهمة لحصول بعض التنوع بين الدول، وكذلك فإن لدى الكثير من البلاد مثل إيطاليا وفرنسا وإسبانيا وألمانيا صحف وطنية مستقلة وهي مهمة أيضاً في إرساء الأسس لإجراء حوارات بين النخب المثقفة فيما يتعلق بالقضايا العامة. لكن على الرغم من كل ذلك يظل التلفاز هو الوسيلة الإعلامية الأكثر أهمية لأنه يبث لنا الصور وكما نعلم جميعاً فإن الصورة الواحدة أهم من ألف كلمة تأتي معها.

ماذا عن التحيزات التي ذكرتها في كتابك؟

أعتقد أن النزعة السائدة بين غالبية الصحفيين التلفزيونيين هي التركيز على الأحداث الدرامية والمخيفة وكذلك أخبار الإثارة والأزمات لأن هذه كلها هي أكثر الصور التي يراها الناس إثارة للدهشة، لكن يبقى السؤال بالطبع إذا ما كان هذا سيؤدي بعامة الناس إلى الشعور بأن العالم خارج عن نطاق السيطرة وبأنه ليس لدينا الكثير من الأمل في إعادة النظام في الحالات التي تسود فيها الفوضى. أعتقد أن هناك أدلة تشير إلى أن هذه كلها من آثار التلفاز وبالنتيجة ففي الكثير من الأحيان لا تجد عند الناس فهماً عميقاً للقضايا التي يشاهدونها على التلفاز بل وفي الكثير من الأحيان يأتي

فهمهم للقضايا من الحكومات نفسها وخاصة حكومتهم الوطنية وبهذه الطريقة تتمكن الكثير من البلاد من فلترة الأخبار الآتية من حكومات البلاد الأخرى بطرق في غاية الأهمية، ففي الولايات المتحدة على سبيل المثال استمر سوء الفهم لواقع الحرب في العراق حتى بعد مرور سنتين وثلاث سنوات على تاريخ بدء الحرب فظل الكثير من الناس يعتقدون بوجود أسلحة دمار شامل في العراق كما ظل الكثير من الناس يعتقدون بوجود علاقة بين صدام حسين وأسامة بن لادن مما أدى إلى هجمات 11 سبتمبر الإرهابية في الولايات المتحدة.

كيف يمكن لهم الاستمرار في الاعتقاد بشيء تبين زيفه؟

إن السبب في غاية البساطة، وهو أن الأخبار وخاصة الأخبار التلفزيونية تبث هذه الأخبار على أنها معتقدات رئيس البلاد ونائب الرئيس ووزير الخارجية ووزير الدفاع وغيرهم من كبار المسؤولين الأمريكيين، لقد أساء الكثير من الناس إدراك الموقف لأن حكومتهم قادتهم إلى سوء إدراكه، الشيء الوحيد الذي اختلف بين شخص وآخر هو مجرد مستوى سوء الإدراك والذي كان مرتبطاً بالمصدر الإخباري التلفزيوني الذي استقى منه الأمريكيون معلوماتهم، فقناة فوكس نيوز (Fox News) التي يمتلكها السيد مردوخ تسببت بأكبر مستوى من التظليل الإعلامي لأنها ببساطة قدمت النسبة الأكبر من مصادر إدارة الرئيس بوش الرسمية. ما يثير الاهتمام هنا هو أن بعض استطلاعات الرأي في الولايات المتحدة أظهرت أن الشبكات التلفزيونية الأخرى تسببت بنسبة عالية من التضليل الإعلامي لم تقل كثيراً عن مستوى فوكس نيوز، فقد تسببت شبكات سي بي إس (CBS) وإن بي سي (NBC) وإي بي سي (ABC) بمستويات عالية من التضليل الإعلامي لأنها أيضاً قدمت مصادر حكومية في نشراتها الإخبارية.

تظهر في عملك أن معظم عمليات تشويه الحقائق ليست نتاج عقل منحرف يقرر السيطرة على الناس بل نتيجة منطق داخلي موجود في نظام الإعلام الإخباري التلفزيوني. الصحافة التلفزيونية تتجه بشكل مستمر إلى اختيار الدراماتيكي والشخصي والتجزئة للحقائق لأنها ببساطة تعمل بهذه الطريقة، هل هذا صحيح؟

ليس تماماً، أنا أعتقد أن هذين الاعتبارين يعملان جنباً إلى جنب، أنا أعتقد أن مسؤولي الحكومة لديهم مستشارون محترفون في مجال التواصل العام وهم يلعبون دوراً بارزاً في تشكيل الخطابات العامة التي يلقيها هؤلاء المسؤولون بحسب ما يفهمونه عن المعايير التي يستخدمها الصحافيون. هذه هي عمليات التلفيق التي يمارسها مسؤولو الإعلام الحكوميون وتتفق هذه العمليات بشكل جيد مع المعايير الصحافية، فالمسألة لا تكمن في أن الصحافيين يهملون ما يقوله المسؤولون

الحكوميون بل إن الصحافيين يقدمون هذه الأقوال تماماً كما يريد منهم المسؤولون الحكوميون. أعتقد أن هناك مستوى كبيراً من التلاعب ولكنه تلاعب بالصحافة نفسها لأن المسؤولين يعلمون تمام العلم أن الصحافة ستوصل ما يقولونه إلى عامة الناس، فالتلاعب موجود ولكنه تلاعب بمنطق الأخبار نفسه، في الولايات المتحدة تعمل الصحافة والحكومة سوية بشكل وثيق جداً ولكن بالطبع مع وجود الكثير من النزاعات لأن الصحافيين لا يحبون أن يتلاعب بهم أحد، أو يتحكم بهم ولأن المسؤولين الحكوميين يشعرون بالغضب إذا لم يبلغ الصحافيون ما يريدون منهم تبليغه بدقة، ولذلك لا تخلو هذه العلاقة من التوتر.

حين ننتقل من المستوى القومي إلى المستوى العالمي فهناك فرق كبير لأنه وعلى المستوى القومي والوطني لديك حكومة كما أن لديك مصالح اقتصادية كبيرة يفترض أنها هي التي تتحكم بأجندة الأخبار وتحدد ماهيتها، ولكن إذا انتقلنا إلى المستوى الدولي لا توجد قوة واحدة متفردة تحدد شكل البث الإخباري في كل مكان، فقناة الجزيرة مثلاً لا تعتمد على الولايات المتحدة. على الرغم من أن النشرات الإخبارية الوطنية تعتمد على قوى أخرى إلا أنه ليس لدينا قوة واحدة متفردة قادرة على تحديد كيف ستكون النزعة العامة في الأخبار، في هذه الحالة التي تسيطر عليها قوة واحدة لدينا بعض النزعات الواضحة التي تعتمد على منطق الوسط الإعلامي نفسه لأن اختيار الأخبار يتم من خلال مدى القدرة على وضع العلاقات الدولية في إطار مسرحي درامي وإذا عدنا إلى موضوع بحثنا فإن الضرر الرئيس الذي تتسبب به طريقة التعامل هذه هو أن صورة «الآخر» ستعرض بطريقة تزيد من راديكالية هذه العلاقات الدولية وبالتالي تعرضها إلى الخطر.

أعتقد أن هذا الأمر صحيح إلى حد ما وأكرر أن الصحافة مهنة تحركها الأزمات وتركز على صور في غاية الشخصية والإثارة ولكن من ناحية أخرى فإن أحداثاً كالحرب على العراق يصعب تمثيلها على أنها ليست خطيرة وعلى أنها هجوم أحادي الجانب على شعب لم يقم بدعوة الولايات المتحدة إلى غزوه. من الصعب أن نجد التوازن المناسب فيما يتعلق بالكيفية التي ينبغي تمثل هذه الأحداث بها، من الأشياء التي وجدناها في دراسة هذه الحرب والأحداث المتعلقة بها كأحداث سجن أبو غريب هو أن الدول المختلفة تصور هذه الأحداث بطرق مختلفة، فنجد أن الولايات المتحدة تميل إلى تصوير الخط الذي تتوجه إليه واشنطن بشكل وثيق ودقيق فمثلاً لم تتم الإشارة إلى أحداث سجن أبو غريب على أنها حوادث تعذيب إلا منذ زمن قريب أما قبل ذلك فكان يشار إليها على أنها أحداث فردية معزولة قام بها جنود لم يتلقوا تدريباً جيداً. بينما في أوروبا ومنذ بداية الأحداث – ومن المثير للإهتمام الإشارة إلى أن هذا ينطبق على الدول الأوروبية التي لم يتم فيها

تقييد الرأي العام تجاه الحرب على الرغم من تماهيها الثقافي والحضاري مع الولايات المتحدة – نجد نوعاً من التوازن الأكبر تجاه التمييز بين التعذيب الممنهج والتجاوزات الفردية المنعزلة تجاه السجناء كما هي الحال في الصحافة البريطانية أو حتى نجد استخداماً أقوى لكلمات مثل «تعذيب» كما هي الحال في الصحافتين الإيطالية والإسبانية، وهكذا فهناك اختلاف بين الدول، وكذلك وبالطبع فإن قناة الجزيرة التي تمثل إلى حد ما المجتمعات الإسلامية في العالم أو على الأقل تعتبر نفسها أنها تخاطب هذه المجتمعات كالجمهور الذي تستهدفه كانت مساحة الحديث فيها عن «التعذيب» أكبر بكثير. ولذلك وكما نرى فإن الحقيقة دائماً تأخذ صبغة هذه «الفلاتر» الثقافية بالإضافة إلى الأنواع المختلفة من طرق التعامل العامة والسياسية، ولكن بشكل عام هناك الكثير من التوجه إلى صنع الإثارة في الأخبار ولكن من غير الواضح بالنسبة لي كيف سيكون شكل أي نظام إخباري آخر قادر على أن يجتذب الناس لمشاهدته.

لا يمكن لأحد أن يدعي أن لديه الخبرة الكافية ليخبرنا عن ماهية صورة الولايات المتحدة في العالم من الصين إلى الهند إلى اليابان إلى ماليزيا إلى الإمارات العربية المتحدة، ولكن يمكننا أن نحاول أن نستجمع هذه الصورة من تجارب الشعوب المختلفة. في الولايات المتحدة نفسها يسهل علينا أن نسأل شخصاً مثلك عن كيفية تمثيل العالم العربي في الولايات المتحدة أما في العالم الغربي وحتى في أوروبا الأقرب جغرافياً إلى بلاد عربية مثل مصر وليبيا فليس لدينا أدنى فكرة في النشرات الإخبارية والتلفزيونية عن ماهية المعايير الطبيعية في مصر أو ليبيا – وهي بلاد ضخمة وإن كانت ليس لها علاقة مباشرة في الصدام الحالي بين الغرب والشرق – ولكن من الصعب أن نكون فكرة ولو صغيرة عن ثقافتهم وحضارتهم والمعايير الطبيعية لديهم من خلال وجهات النظر التي تبثها الأخبار التلفزيونية.

أنا أعتقد أن من الممكن التوصل إلى تحسن كبير في الطرق التي تغطي بها معظم الدول أخبار الأزمات الدولية ولكن هناك أيضاً سمة عامة في الكثير من البلدان وهي أنها ترى الأشياء من خلال نظام محدد من القيم، بالإضافة إلى ذلك فهناك سمة موجودة في بعض البلاد وهي أنها ترى الأشياء من خلال منظار سيطرة الدولة وهذا يصعب تغييره من دون تغيير الدولة التي تتحكم بالأخبار، أضف إلى ذلك أن هذه أحداث مهمة يتخللها الكثير من المعاناة الإنسانية. أعتقد أننا إذا طلبنا من الأخبار أن تصبح أكثر تأنياً على أساس سياسة إعلامية أكثر عمقاً وتفهماً تجاه مسائل كهذه سيكون هذا طلباً لا يمكن تحقيقه وخاصة في الولايات المتحدة حيث لا يبدو أن الحكومة نفسها تتأنى في سياساتها ولذلك لا يشعر المتابع أن هناك أي حقيقة أعمق مما نراه وراء الأخبار التي لا تذاع إلى الناس. إن

الحقيقة الأعمق خلف الأخبار في الولايات المتحدة هي بكل تأكيد الرأي العام العالمي والذي لا تمثله المؤسسات الإعلامية الأميركية بشكل جيد للشعب الأمريكي، وهكذا نرى بأن ثمة طرقاً يمكن فيها لكل الأنظمة الإخبارية أن تحاول أن تضع جهودها الصحافية ضمن السياق الإقليمي والعالمي الأكبر من خلال معالجة أسئلة مثل: ماذا تقول الدول الأخرى عن هذه القضية؟ ما الذي تفعله بالنسبة لهذه القضية؟ هل مبادرة هذه البلاد السلمية هي ما علينا دعمه أو لا؟ أسئلة من هذا القبيل ستكون مفيدة في الصحافة في غالبية البلاد لأن غالبية الدول تميل إلى النظر إلى العالم من خلال أعينها الخاصة فقط. سارت الكثير من الدول الأوروبية الصغيرة وبكل تأكيد حركة الإتحاد الأوروبي باتجاه توسيع آفاقها وإلى نشوء توجه لأخذ ردود الفعل المشتركة والمبادرات المشتركة المحتملة بعين الاعتبار، فمثلاً أدى عمل الاتحاد الأوروبي ككيان سياسي موحد فيما يتعلق مع إيران إلى تطور مثير للاهتمام وقد غير بكل تأكيد طبيعة الأخبار الوطنية عن هذا الجانب من الشرق الأوسط.

هل توجد أي نقطة معينة يجب تصحيحها في الأجندة العامة على صعيد وطني أو على الأقل هل يمكن تصحيح الأضرار الواقعة بسبب تجزئة الصور المبنية حصرياً على العنف؟ لنأخذ أثر الرسوم الدانماركية المسيئة في أوروبا حيث أدت إلى هجمات عنيفة قام بها بضعة مئات من الأشخاص على السفارات والقنصليات الأوروربية، لقد تم تكرار هذه الأخبار مرة تلو مرة بشكل أظهر لمن تابعها وكأن هذه الدول التي جرت فيها الهجمات متورطة بكامل تعداد سكانها في هذه الهجمات مع أنها تشبه حالات كثيرة من الشغب التي نراها في مدن العالم الغربي والتي لا يتورط فيها إلا بضع مئات من الأشخاص أيضاً بينما يستمر ملايين من الأشخاص الآخرين في حياتهم الطبيعية من دون أن يتأثروا أو يتورطوا في هذه الأحداث. لذلك يصعب تبيان أن الهجمات التي جرت على القنصليات الإيطالية لم يقم بها كل الليبيين بل بضعة مئات من الأولاد ولكن يسهل تبيان أمر كهذا في «الواقع» الذي نعيشه نحن حيث الأمور أقرب إلى أنفسنا وحيث نجد التفرقة بين بضع مئات من مفتعلي الشغب وبين مليون منهم أسهل، ولكن هذه التفرقة أصعب بكثير حين نتحدث عن بلاد لا يسهل على الواحد منا رؤيتها أو فهم ما يجري فيها مثل ليبيا أو مصر.

أعتقد أن هذا هو الصحيح ولكن ليس من الواضح كيف يمكن لنا تغيير أنظمة بث الأخبار، ربما تكون الإمكانية الأرجح هي ألا نقضي الكثير من الوقت في التفكير في تغيير أنظمة إخبارية على الأرجح لن تتغير وإذا تغيرت فعلى الأرجح أيضاً أنها لن تتغير إلى الأفضل بل أن نفكر في صنع مواقع وخدمات جذابة على الإنترنت بحيث يتمكن المواطنون من الدخول إليها ورؤية القضايا على أسس أفضل، وعلى الرغم من أن هذا يخلق مشكلة لأولئك الذين لا يقدرون على الوصول

إلى الإنترنت إلا أن هذا يجب أن يصبح غاية لنا.

إذن فهناك بديل ولكنه لا يكمن في محاولة تغيير منطق الشبكات الإخبارية؟

أنا أعتقد أن الشبكات الإخبارية حول العالم تواجه معضلة مثيرة للاهتمام إذ إن الناس بشكل عام بدؤوا يفقدون الاهتمام بمشاهدتها. كنت أعتقد أن هذا سيؤدي إلى جهود أشد دراماتيكية لتغيير أساليب الصحافة ولكن على ما يبدو هذا لم يحصل. أعتقد شخصياً أنه يجب دعوة الصحافيين إلى حوار على مستوى وطني حول مستقبل المنتج الذي يقدمونه ومستقبل حرفتهم، لكن هناك بعض الجهود المهمة فالبي بي سي مثلاً تحاول أن تعيد تقديم نفسها أداةً للمواطن بدلاً من أن تكون مجرد مصدر معلومات بالنسبة إليه كما أن دمج الأخبار التلفزيونية مع أنواع مختلفة من تقنيات الإنترنت قد يصل بنا في نهاية المطاف إلى نقطة نجد فيها المزيد من التواصل بين المواطنين والمزيد من التأني في تناقل الأخبار. ربما حتى نصل إلى يوم يقوم فيه المواطنون بتشكيل أجندة الأخبار والطريقة التي تتم فيها تغطية الأخبار. ما يدفع أنماط التغطية الحالية هو التسويق وطريقة تفكير في غاية السوء فيما يتعلق بأثر الأخبار في الناس.

الملف

مارسيل غوشيه قارئاً عالم الميديا
ضرورة التفكّر بمجتمع وسائل الإعلام

مارسيل غوشيه Marcel Gauchet [*]

انطلاقاً من العمل المنجز في إطار نشر عددين من مجلة Le Débat (عددي 138 و139)، يقترح الفيلسوف الفرنسي مارسيل غوشيه تناول الميديا واجتياحاتها عالمَنا المعاصر بمنهجيه جديدة. فقد حدّد الأسئلة الأساسية التي تسمح بترقية إمكانية فهم فكرة «مجتمع وسائل الإعلام»، وعكف على تعميق استبيانين أو ثلاثة أساسية، للإحاطة بتأثير وسائل الإعلام في السياسة.

هل صحيح أنّ «السلطة الرابعة» تقدّمت على السلطات الأخرى؟ ما طبيعة هذه السلطة؟ كيف تكيّف الطاقم السياسي، مع هذه البيئة الجديدة، أليست الحقيقة، أن وسائل الإعلام، تمارس تأثيراتها السياسية، الأكثر عمقاً، من خلال برامج التسلية؟ ألم يحن الوقت، لتقييم مدى تأثير الكلام العام، الذي ينقله الطيف الإعلامي؟

هذه الأسئلة يجيب عنها مارسيل غوشيه في هذه المطالعة.

المحرر

إنني هنا، في وضعية غير عادية قليلاً، لأنني سأعبرّ عن رأيي، ليس بوصفي مؤلفاً فحسب، ولكن أيضاً بوصفي ناشراً لمجلة Le Débat، التي خصَّصت عددين لوسائل الإعلام، تحت هذا العنوان «التفكّر بمجتمع وسائل الإعلام» الذي اخترنا أن نستعيده في المؤتمر الراهن.

---

*- فيلسوف فرنسي معاصر.

- محاضرة ألقيت في مركز «لقاءات العصر الجديد» مدينة ليل - فرنسا في 22 حزيران 2006.

- العنوان الأصلي للمقال: **Penser la Société médias**

- ترجمة: صلاح عبد الله، مراجعة: د. جاد مقدسي.

هذا هو البرنامج، الذي أريد أن أعلنه وأوضّحه، لن أتكلم بوصفي اختصاصياً، لن أناقش أبداً، لن أقول شيئاً عن الأسئلة التي لست أهلاً لها، ولكنني سأحاول جهدي أن أستخلص الرهانات العامة، الإشكالية التي يعرف الجميع أهميتها.

سأنطلق من ملاحظة أوليّة، متعلّقة بفكرة مجتمع وسائل الإعلام، لقد اخترناها عمداً، وإذا تكلمت بصيغة الجمع، فذلك لأنني أتكلم على المجموعة الصغيرة، التي تمثّل هيئة تحرير مجلة Le Débat ـ لحياديتها البيانية، مفضّلةً على عدة أفكار ممكنة، أفكاراً تحمل جميعاً، ضرر نقل افتراضات مسبقة وقوية، مثل «مجتمع الإعلام»، الفكرة الأكثر انتشاراً في أيامنا الراهنة، «مجتمع التواصل» أو أيضاً «مجتمع الشبكات» عنوان كتاب مهم لـ مانويل كاستيل Manuel Castells عن الموضوع واستعراضه باختصار، ليس أمراً دون فائدة2.

مفردات لغة

إن فكرة «الإعلام» تحدث لبساً، بشكل عام، بين القيمة العادية للإعلام، الإعلام بالمعنى العادي، الصحفي، ونظرية الإعلام بالمعنى الذي قصدته كلود شانون Claude Shannon. الالتباس3 موجود في «مجتمع الإعلام» الذي يركّز على الطبيعة البانية للسرعة، و على تعدد مصادر المعارف، التي نأخذها من العالم المحيط. إنها تستدعي عالم التزامن الجديد، حيث كل شيء يُعرف في الحال، في زمن حقيقي (قياسي) كما يُقال. وهذا لا يصحّ فقط بالنسبة للإعلام (الأخبار) بالمعنى الصحفي، وإنما أيضاً يصحّ، بالنسبة للمعارف بالمعنى العلمي، من حيث تتواصل فكرة مجتمع الإعلام مع كل مجموعة الأفكار الملحقة، التي تشهد اليوم نجاحاً كبيراً: اقتصاد العلم، اقتصاد المعرفة، اقتصاد الإدراك Cognitive. من هذا المنظور، تشمل وسائل الإعلام، كل ما اصطلح على تسميته تقانات (تكنولوجيات) الإعلام والتواصل، والمسألة تكمن في معرفة، إذا ما كانت خصوصية وسائل الإعلام، تتفكّك في هذا الركام التقني.

مجتمع الشبكات يركّز على الشكل الجديد للعلاقات الاجتماعية، التي تُمليها أو تفرضها تقنيات الإعلام والتواصل الجديدة. إنها تلحّ ضمناً، على أفقية العلاقات الاجتماعية المرتبطة بهذه التقنيات على لا محدوديتها ما بين ـ فردية ـ الشبكات، وهي من حيث التعريف مفتوحة، من دون حدود سواء كانت هذه الحدود جغرافية، أو اجتماعية أو تراتبية داخل هذه الشبكات.

إننا، بالتأكيد، نستطيع تعميق هذا التفحّص. أريد بالتحديد، إشعار الآخرين، بالحد الذي تبلغه، أهمية الكلمات، في هذا المجال، وكم هي مهمة السيطرة على المعاني الضمنية، التي تنقلها، إذا

ما أردنا فهمها بوضوح، مع العلم أنّ ثمة كثيراً من الأشياء المفيدة والصحيحة في هذه المعاني الضمنية، ولكنها أشياء يقتضي بالتحديد مساءلتها واستيعابها.

بث الرسائل

"إن مجتمع الإعلام" ـ بعودتنا إلى الفكرة التي اخترناها ـ يملك الأفضلية، في تحرير الذهن، من هذه التصورات، مع الإشارة إلى أن ما يبدو، إجمالاً، الأكثر أهمية: خصوصية الواقعة الإعلامية، داخل هذا الركام من تقنيات الإعلام والتواصل الجديدة، خصوصية النشاط، الذي يصرّ على إرسال رسائل لمتناوَل الجمهور، في حين أنك، عندما تقوم بالتواصل عبر هاتفك المحمول فإنما ترسل رسالة لمتناوِل خاص.

ندخل إلى ميدان وسائل الإعلام، إذ نرسل رسالة استهدافها عام، أي إنها موجّهة افتراضياً لكل الناس، حتى لو لم يتلقها إلا عدد محدود جداً، ومن حيث المبدأ، يمكن أن يفهمها أيّ كان. وسواء أرسلت الدولة هذه الرسائل، أو كان مصدرها المؤسسات الخاصة، التي تبغي من خلالها الربح، المنفعة الماديّة، المنفعة التجارية أو الفائدة المعنوية والدعائية ـ فالظاهرة تبقى هي نفسها، والتحديد الأخير المهم: هذه الرسائل ذات الاستهداف العام، يمكن أن تكون رسائل إعلام أو رسائل للتسلية.

فكرة وسائل الإعلام هذه هي حديثة في استخدامها الشائع: برزت مع التلفاز، والمؤلف الأول الذي كرّسها حقاً، المنسي اليوم، عن غير وجه حق، والذي يُستفاد دائماً من قراءته، هو مكلوهان Mcluhan. هذه الكلمة العلمية انتشرت في الاستخدام الشائع، بمقتضى ظاهرة محدّدة، توافقت مع مرحلة، من حياة وسائل الإعلام، عملت على إنشاء نسق، على إقامة دائرة وحيدة، تحت سلطان الوسيلة الأقوى، التي هي، بالتأكيد، التلفاز.

لقد استمرت، الصحف، والإذاعة، والتلفاز مدة طويلة، في مجالات مستقلة نسبياً، ثم في لحظة معينة، حصل تكامل، انعكاس بين وسيلة وأخرى من الوسائل الكبيرة. وسائل الإعلام تعمل، اليوم، بنسق، بحسب دارة حيث أن الصحيفة المكتوبة الصباحية، أو في مرحلة ما بعد الظهر، تجد لها، ارتداداً من خلال جريدة التلفاز المسائية، التي تشكل، جدول أعمال الإذاعات في اليوم التالي، وهكذا دواليك. إنها ظاهرة مدهشة جداً لإسهاب الكلام المتبادل حيث مختلف الخطوط يردّ بعضها على بعضها الآخر. وبمقتضى نسق الإعلام هذا فرضت كلمة إعلام4 نفسها في الحياة الاجتماعية. هذا التكامل لمختلف وسائل الإعلام، فيما بينها، يمتلك اليوم، أداته التقنية، مع

الإنترنت، الذي أدخل كامل الكتابات، والصور، والأصوات، في العلبة نفسها والمسار نفسه مع تأثيرات ينبغي استنطاقها.

ما الذي ينبغي تفكّره، على وجه الخصوص، في مجتمع الإعلام؟ من البديهي أننا لا نستطيع بصدد هذا السؤال، إلاّ أن نلاقي الحدس، الذي تترجمه مختلف الأفكار التي أثرتها: الإعلام يقولب مجتمعه، يُثقل على وظيفته، يحدّد أنماط وجوده، أو على أي حال، يحدد قسماً متنامياً منها، ولكن بماذا؟ كيف؟ وإلى أي حد؟ هذه هي المسألة كاملة.

السؤال ليس جديداً، لقد سمعتم من قبل، كلاماً كثيراً بصدده. وإنما ما هو جديد، هو الطريقة التي يُثار بها. ولهذا السبب، يبدو لنا، من المفيد، استعادة المسألة مجدّداً، بنضارتها، من أساسها، بتواضع وبمنهجية، عاملين على وضع جردة، لهذه الكلمات الجديدة التي تَمْثُلُ فيها.

ولتحديد هذه الجدّة، بالطريقة الأكثر عمومية، يمكن أن نقول، إنه كان ثمة مرحلتان طويلتان، لدراسة وسائل الإعلام والتفكّر فيها، وبأننا ندخل في مرحلة ثالثة.

اختراع وسائل إعلام الجماهير

المرحلة الأولى، توافق ما يمكن تسميته بزمن الشمولية:

من شروطها الأساسية هجمة لسياسة الجماهير واختراع وسائل إعلام الجماهير، وكل هذه الظاهرات كانت مترابطة.

من وجهة نظر التواصل، كان يسودها نموذج، يتلخّص بكلمة واحدة، هي الدعاية (البروباغندا). وإذا كان ينبغي، ذكر كتاب واحد فقط، يلخص على نحو ممتاز، روحية هذه المرحلة، سيكون المؤلف المشهور لـ تشاكوتين Tchakotine الذي يعود لثلاثينيات القرن الماضي، وعنوانه: اغتصاب العامّة بالدعاية السياسية Le viol des foules par la propagande politique حيث يحتوي الشرح وحده برنامج عمل. وبعد ذلك امتد النموذج، فالتوترات القصوى انهالت خلال السنوات ما بين 1950 و1960، ومعها مفردات جذر نموذج paradigme التأثير. استمر السؤال فعلاً، خلال هذه المرحلة، سؤال تعبئة العقول التي تستطيع وسائل الإعلام القيام بها. ،استعرضنا الدراسات، التي لا تحصى، والتي أثارت هذا الموضوع، فمن الصعوبة بمكان، التحقّق من أنها توصّلت إلى استنتاج سلبي. ليس لوسائل الإعلام هذه السلطة السحرية، التي محضناها إياها، باقتحامها العقول وقولبتها. ذلك أن المواد، موضوع التعبئة، هي أكثر مقاومة بكثير مما كنا نعتقد. وبالمقابل،

فإن الوظيفة الحقيقية، التي يمكن أن نعترف بها، لوسائل الإعلام، في المجال العام، هي تحديد جدول الأعمال الجماعي ـ ثمة توافق واسع، للاختصاصيين حول هذه النقطة، إنهم لا يقولون للمواطنين، وللأشخاص ما ينبغي عليهم، التفكير فيه، ولكنهم يقيمون تراتبية للمسائل، يميّزون ما هو مهم، وما هو غير مهم، وما هو في المخطّط الأوّل، وما هو في المخطّط الثاني، إنهم يضعون قواعد لحالات الطوارئ، التي هي في ذاتها إخضاع كبير للعمل العام. يمكن أن نعتقد أن مسألة معينة هي موضوعياً شديدة الأهمية، ولكن في الواقع، على أي مسؤول، على أيّ درجة كان، أن يبدأ بالدرجة الأولى، بمناقشة الملف الذي يفرضه عليه، جدول الأعمال الإعلامي كأولوية.

صناعة الرابط الاجتماعي

المرحلة الثانية، التي يمكن أن نرجعها إلى السنوات 1970 ـ 1980 توافق دخول الديمقراطية في الأعراف الاجتماعية، إنها ترافق ما أُطلق عليه علماء السياسة، الموجة الثالثة للديمقراطية: الأولى هي تلك التي تلت الحرب العالمية الأولى، الثانية هي التي تلت الحرب العالمية الثانية، والثالثة هي التي بدأت في العام 1970مع ثورة القرنفل، في البرتغال، والتي وضعت حداً للديكتاتوريات في جنوب أوروبا ـ بقايا الفاشية في اليونان وإسبانيا والبرتغال ـ وامتدّت إلى أميركا اللاتينية حيث أطاحت بالأنظمة العسكرية، ووصلت إلى بلدان الاشتراكية الحقيقية، في أوروبا مع التأثيرات التي نعرفها.

كان النموذج السائد إبّان المرحلة الثانية لدراسة وسائل الإعلام هو نموذج التواصل. وما استحوذ على الاهتمام كله، هو دور وسائل الإعلام، بوصفه صانعاً للرابط الاجتماعي، وبدلاً من علاقة فرض الدعاية التي تمّ التركيز عليها، في المرحلة السابقة، والتي كانت قد أوحت، على سبيل المثال، بكل الدراسات حول الدعاية، عكفنا على مساءلة التفاعل بين نسق العرض والطلب، للجمهور، وهو نموذج مختلف بعمق. كان حينذاك زمن الاعتراف الكبير بالرأي في السياسة، وذلك مع وصول فكرة إشكالية ديمقراطية الرأي، مع الانحرافات والصعوبات، التي أشارت إليها.

ولنذهب سريعاً (لا أقصد عرض تاريخ، عن الدراسات حول وسائل الإعلام، إنما أريد بالضبط إثارة بعض الأسئلة)، يبدو لي أننا خرجنا، من تشاؤمية النموذج الأول، الذي يركّز على القدرة التعبوية للدعاية (البروباغندا)، أو على قدرة تأثير وسائل الإعلام، كما من تفاؤلية النموذج الثاني، إذ كان يُعترف بوسائل الإعلام، كأداة اجتماعية في خدمة الديمقراطية، في مختلف معانيها. إننا، اليوم، في لحظة يجبر فيها، تطور الظاهرة نفسها، النظر إلى الأشياء بعين مختلفة، إننا مدفوعون، إلى إعادة، تقييم دور وسائل الإعلام، في الحياة الاجتماعية، التي لم يعد أي شخص يستطيع تجاهل، أنها

أصبحت جهازاً مركزياً. وذلك سيقاس بسهولة بأموال موظّفة وبوقت مكرّس. ولكن كيف يعمل بالضبط هذا الجهاز؟

لا يوجد، اليوم، خطابات جدّية، حول المجتمع كما نعرفه، من دون تقييم الوظيفة التي تشغلها وسائل الإعلام داخله. إن ذلك أحد المقاييس التي، انطلاقاً منها، نستطيع القول، إننا في زمن سوسيولوجي جديد: إن النظريات عن المجتمع، من دون نظرية عن وسائل الإعلام، اليوم، تفتقد بوضوح عنصراً مفتاحاً لعمل المجتمع. إن النظريات التقليدية تملك النزر اليسير لتقوله حول الموضوع، كما نعلم. ولكن في الوقت عينه، تبدو طبيعة وظيفة وسائل الإعلام هذه، صعبة جداً على الفهم، إنها اليوم، أكثر غموضاً من أي وقت مضى، فإذا كان الدور شاملاً، فإن الوظيفة صفيقة.

نستطيع منذ البداية، استبعاد بعض الأفكار المحفوظة، ليست وسائل الإعلام المحطة الواضحة المعالم للإيديولوجية السائدة، ليست أداة دكتاتورية السلعة، ولا أفيون الشعب الجديد، ولا آلة لإفساد عقول الجماهير. إن أحد التطورات المهمة، للمرحلة الأخيرة، هي إعادة تقييم ثقافة الجمهور، لقد كان لديه صحافة سيئة جداً: النظرة الجديدة، ترى مستواها إلى ارتفاع. الخطاب التهويلي، أن إمبراطوريتها تراجعت إلى حد كبير جداً. وسائل الإعلام، ليست في الاتجاه الآخر، الآلة التي تعبّر عن حلم الشفافية الديمقراطية، والتفاعل بين القاعدة والقمة، المقدّر لها أن تقارب بين المحكومين والحاكمين، بين الشعب وممثّليه.. المتحمسون لا يقنعون عالماً واسعاً، إذ يقدّمون وسائل الإعلام، كما لو كانت قمة، فيما يمكن أن نتخيّله، في مجال التبادل الشامل بين الأفراد.

إذا كان ينبغي، في هذا الموقف، اقتراح فكرة مؤلِّفة (من إلفة)، فإنني أختار فكرة الثقافة الإعلامية، هذا هو الدرس الذي استخلصته من العمل، الذي أنجزناه، لبناء عددي مجلة Le Débat و من اتصالات من شتّى الأنواع، مع مهنيي المجال، واختصاصيي المسألة، التي كشفوها أمامي.

هذه هي الفرضية، التي أُردت تحرّيها، وسائل الإعلام هي مخلوقات ثقافات، ثقافات تتداخل فيما بينها، (ليس المقصود أن أنسب لها الحصرية، أو أيّ استئثار في هذا المجال).

تضيف وسائل الإعلام، إلى الثقافات الموجودة، من قبل، جداول من المطالعة والثقافات، أي بالمعنى القديم والتقليدي، عادات عقلية مؤسسة على قيم، وعلى أنساق من المعايير والتقييم. إنها تضع قيد التداول، أنماطا لكشف الحقيقة: إنها تشجّع مواقف، وتدخل تطلّعات، وتقترح نماذج سلوكات يتّسع تواترها، ومكانها داخل مجتمعاتنا.

لتوضيح ما قصدته، سأستعرض، بادئ الأمر، وبسرعة بعضاً من هذه الثقافات التي خلقتها وسائل الإعلام على وجه التحديد. بعد ذلك، سأعود بشكل أكثر إطالة، في ضوء ذلك، إلى تأثير وسائل الإعلام في الحياة السياسية.

ثقافات تحثّ عليها وسائل الإعلام

سأعطي الأفضلية لثلاث، من هذه الثقافات، أو ما دون ـ الثقافات (التعبير ينطوي على شيء من التحقير) التي هي، على علاقة مباشرة، مع المجال السياسي، وسأترك جانباً، ما يشكل بطريقة ما، الجزء الأكبر، لتحليل الانعكاسات الثقافية لوسائل الإعلام: تحليل الثقافة الجديدة للصورة، التي فرضت نفسها، في اقتفاء عالم التلفزة، والتي تخصّ، اليوم، كل سجل من سجلات التجربة، سواء تعلّق الأمر، بعلاقة كلٍّ منها، بصورته الخاصة، وهذه ظاهرة، أصبحت على أهمية قصوى أو بمن يؤمن بالحياة الجماعية، أو كان الأمر يتعلّق بموقع الكتابة في عالمنا، الكتابة، هي، بالفعل صورة من نوع خاص، تقيم مع الصورة، بمعناها الشائع، علاقات ملتبسة، تطورت كثيراً في المرحلة الراهنة.

الكتاب الأكثر إيحاءً، الذي نستطيع قراءته في هذا المجال هو بالتأكيد بحث ريجيس ديبري Regis Debray، «موت الصورة وحياتها» Vie et mort de l’image الفكرة الرئيسة للكتاب، هي أن الانتصار الظاهر للصورة، يخفي في الواقع، عدم أهلية الصورة، أو هبوط مستواها، الناتج من وفرتها نفسها، والمثل الضمني، الذي يعتمد عليه ريجيس ديبري، هو تهميش الصورة السينمائية، من خلال الصورة المتلفزة، وهو بذلك ينطوي في خط التفكير، لناقد السينما، الذي لعب دوراً كبيراً، في الحياة الثقافية، خلال السنوات العشرين الأخيرة، وهو سيرج داني Serge Daney. إنني أعتقد أنّ هذه المقولة، غير صحيحة: لا أعتقد، أننا شاهدنا موت الصورة، أو هبوط مستواها، ولكننا بالتأكيد، نشاهد إعادة تشكيل جذرية لمكانتها، ودورها، سأشير إلى مزيتين لألحظ جدّة هذه المكانة وهذا الدور.

الصورة القديمة، التقليدية، كانت ذاكرة. وكانت الصورة معدّة لتحفر في العقول، أكثر بالتأكيد من أية مرسلة كلامية، إننا لا نستطيع، حفظ ما سمعناه، ولكننا نتذكر ما رأيناه. وفي نظام الصورة الجديد، الأمر معكوس، الصورة تُكوّن لتطرد صورة أخرى. إننا إزاء دفقٍ من الصور، حيث لا تتّضح أية واحدة منها. مملكة الصورة، هي مملكة حاضر يتجدّد، من دون انقطاع، ويتسبب بالنسيان، إن لم يكن بفقدان الذاكرة.

الصورة القديمة بحسب المزية الثانية، كانت تنتشر تحت تأثير ثبات المفتاح (الكود)، واستدامة

الرموز. لقد كانت تستدعي، على نحو مثالي، إجماع التفسير، وكان المثل المناسب مثل الكاتدرائية، حيث الصور تآلف بين المتعلمين وغير المتعلمين، وفي النظام الجديد للصورة، كان على العكس، يسود تعدّد المعاني للكلمة الواحدة، التي لا يمكن القبض عليها: لا أحد يستطيع أن يتوقّع ما سيكون مقروءاً في الصور. إنني أشير إلى هذه النقطة، لأنها تحدّد بالضبط، حدود أي استراتيجية تواصل، كما أي محاولة تعبئة. الصورة هي ما يفلت من الذي ينتجها، إنها تفرض العيش، مع هذا اللايقين. نستطيع عند الاقتضاء، تصحيح صورة بصورة أخرى، نعتقد أننا نتحكّم بها، ولكن المساق لا نهاية له.

وفيما يتعدى هذه التوضيحات المختصرة، سأترك المسألة جانباً، لأنها مفرطة الاتساع، وتستدعي بذاتها عرضاً، لا أحسّ أن لديّ، الكفاءة الخاصة للقيام به، ومن المؤكد، أنّ ذلك هو أحد ورش أبحاث العقود القادمة، مع مشكلة أخرى ملحقة: أي شيء صار المخيال، في الثقافة الجديدة للصورة؟ هل ما زال ثمة مخيال، خارج هذا الاستغراق في الصورة؟ نستطيع إثارة السؤال.

سأجتهد، في المقابل، أن أكون أكثر دقّةً، فيما يتعلّق بثلاث ثقافات، أو ما دون-الثقافات التي تتدخل مباشرة، في المجالين المدني والسياسي، سأميّز فيما بينها، في التحليل، ومن الطبيعي أن كل شيء، هو على علاقة مع كل شيء، في هذا المجال ولكن من أجل وضوح الغاية، من الأفضل تمييز واحدها من الآخر.

ثقافة المشاهد

الثقافة الأولى، التي سأذكرها، يمكن أن تُدعى ثقافة المشاهد. كان حتى وقت قريب، الاستعلام والتسلية يقتضيان القيام بنشاط: كان يجب طلب ذلك، وكان هذا النشاط عاماً. إذا بقينا في المنزل، لا نكون على علم، بما يجري، ولا نتسلّى كثيراً. لنستعلم أو لنتسلّى. كان يجب أن نتفلّت من عالمنا الخاص، وأن نتشارك مع آخرين، مشروعاً تمّت مناقشته. لقد أصبحنا شهوداً، لانقلاب كامل في هذا المجال. الأخبار تأتي إلينا وكذلك التسلية، من دون ترك المنزل. وسهولة الوصول إلى المعلومات، كما إلى التسلية، لا تكفّ عن الاتساع، إن محبّاً للسينما، اليوم، يستطيع مشاهدة ثلاثة أفلام، في منزله، في الليلة نفسها، في حين أنه كان فيما مضى، ينتقل كي يراها. هذا أصبح نشاطاً جماهيرياً عادياً تماماً. لا أحد بحاجة ليلتزم، أو يتشارك مع آخرين من أجل ذلك.

انطلاقاً من هذا العرض، نما موقف مميز للفرد المعاصر: عدم الالتزام، وعدم التشارك لا يحتاج المرء لمشاركة أحد، ليكون على علم بما يجري، وليكون حاضراً في عالمه. أتكلم على

ثقافة المشاهد، لأن في هذا الموقف، تتضح أفضلية وجهة نظر الشاهد، بالمقارنة مع وجهة نظر الفاعل. الفائدة في السياسة، يمكن أن تتضح مثلاً، من حقيقة، متابعة حملة انتخابية، دون الذهاب للاقتراع. هذا يشكل مفاجأة، للذين درسوا الممتنعين عن التصويت، في المرحلة الجديدة، باكتشافهم، على نقيض كل جداول التحليل، أن عدداً لا بأس، به، من هؤلاء، لديهم فائض من المعلومات، وهم على علم بما يجري، ولكن ليس لديهم الرغبة في الاقتراع. إنهم يفضّلون مشاهدة ما يجري، ويحلّلون. إن ابتعاد المشاهد، أصبح سلوكاً جماهيرياً، يزداد اتساعاً، وانطلاقاً من ذلك، نستطيع أن نفهم مكانة ثقافة التسلية، التي تشكل حالةً قصوى، لظاهرة ثقافة المشاهد، لأن من وجهة نظر المشاهد، كل شيء يمكن أن يصير تسلية. ويمكن أن تجد حملة انتخابية، على التلفاز، أكثر تسليةً، من تلك التي تقدّم لك كمشاهد في الخارج، دونما الخروج من المنزل.

وبشكل عام، إن الدراسات عن عالم وسائل الإعلام، تعطي أهمية خاصة للإعلام، وتركّز على قطاعه العام. وعليه، فإن الجوهري في الاستهلاك الإعلامي، لم يعد هنا، اليوم، إنه إلى جانب التسلية، وفي هذا الاستهلاك، تتشكل النماذج، الأكثر أهمية، للحضور في العالم، إلى حد أنه، لم يعد الكثير من الأفراد، يتزودون بالمعلومات، انطلاقاً من البرامج الإخبارية، كما بيّنت دراسة حديثة، إنها تنشئ معلومات تحكم بصدقيتها، من خلال مختلف برامج التسلية، ومن هنا، تستخلص المعلومات، التي تقدّر أنها الأكثر صلاحية، لاستخدامها في الحياة اليوميّة.

الثقافة المجانية

الثقافة الثانية التي تستحق التفحّص، هي الثقافة المجّانية: كانت المعلومات والتسليات، حتى وقت قريب، سلعاً نادرة وغالية، ولكن عالم وسائل الإعلام المعاصرة، جعلها وافرة ومجّانيّة من وجهة نظر المتلقي، وعليه، إن المعلومات في الحقيقة، تبقى سلعاً نادرة، ويبقى إنتاجها غالياً كما التسلية. وهذا لا يمنع، أنّ من وجهة نظر المشاهد، أصبح الوصول المجاني إليها، نموذجياً بشكل خاص، بنظر الأجيال الفتيّة، إنّه يمثّل توقّعاً اجتماعياً في غاية الانتشار، مع كل أنواع المشكلات مع حلولها ـ لقد بدأنا التحقّق من ذلك، مع النقاشات حول الشحن من بعيد للأنترنت، أو مشكلات الترخيص الشامل، وكذلك أيضاً مع انتشار الصحافة المجانية، الظاهرة الكبيرة في السنين الأخيرة.

إذا كان ثمة مشكلة، ذلك لأن المجانيّة، هي بالتأكيد طُعم من الناحية الاقتصادية، ما يقدّم مجّاناً وفي الواقع كلفته باهظة، يُدفع ثمنه بطرق أخرى، الإعلان الدعائي يتكفّل الأمر، خالقاً وهماً لدى

الناشط الاجتماعي، ينبغي أن نرى فيه وهماً نموذجياً، الأشخاص أنفسهم، الذين يحتجّون ضد الدعاية يطالبون مع ذلك، بتوسيع عالم السلع المجّانية.

الدعاية لا تُدخِل تطلباتها فقط، وإنما أيضاً عقلها. دور الدعاية الأكثر أهمية، في وسائل إعلام اليوم من المحتمل أنه يكمن في نماذج مستهدفيها، الذين تعرضها عليهم، وتدفعهم لتلبيتها. لقد صُمِّمت للتأثير في أكبر عدد منهم. عليه وسائل الإعلام، هي نفسها أيضاً، تستهدف أكبر عدد ممكن من تلك النماذج، لتستفيد، بالتحديد، إلى أقصى حد، من الوصفة الدعائية. ومن الطبيعي، أنها تفعل ذلك، لتدخل مرسلاتها الخاصة، في فلسفة المرسلات الدعائية. إن المضمون المقدّم مجّاناً، ليس أيّ مضمون كان.

ليس ثمّة موضوع أكثر أهمية، في المستقبل من الشيء الدعائي، لن يكون مسألة بسيطة، إفهام المواطن المستهلك، أنّ ما هو مجّاني، يحظى مع ذلك، بذوق جماعي مرموق. ثمّة، هنا خميرة للاّتسييس وللارتهان المعارض، الذي لم يكن يُشعر تأثيراته، نستطيع أن نضع، عدم الفهم بين المسؤولين الذين يدفعون ثمناً، والمستهلكين، الذين يطلبون المجانية، من بين مواضيع المستقبل.

ثقافة التجاور

الثقافة الثالثة، التي سأدرسها، ثقافة التجاورالتي تُشرك أيضاً بشكل أكثر مباشرةً مستقبل السياسة.

إن قوة الصورة المتلفزة التي لا شبيه لها هي إرساء وساطة، ليس لها مظهر الوساطة، وساطة لا تُرى، إلى حدّ تترك لدينا، انطباعاً أنها شفّافة، إنّ في ذلك طُعماً. ولا حاجة للإلحاح في ذلك: الصورة المتلفزة هي موضوع إخراج، وإنتاج واختيار. لا بدّ، من عمل ضخم على الصورة لتترك انطباعاً، أنّها طبيعية ومباشرة.

هذه الوساطة غير المرئية، خلقت دائماً، لدى الأفراد المواطنين، نسق اعتقادات، وتوقّعات حيال أشخاص القطاع العام، أيّاً كانوا سياسيين أو غير سياسيين، طلب علاقة شخصية ومباشرة، وتطلّب علاقة دونما وساطة، آلت إلى إنشاء نماذج أعيد بمقتضاها، تعريف المرسلة السياسية بعمق. فضلاً عن ذلك، توقّف الكلام عن الدعاية السياسية: أصبحت الكلمة بذيئة تقريباً، لم يعد ثمة مجال، إلا للتواصل السياسي، الذي أصبح نموذجه المثالي، تواصلاً ما بين شخصي.

لقد ركّزنا كثيراً، على الشخصنة في الحياة السياسية، التي نتجت منه، مع كل تأثيراتها المنحرفة. إنني أريد أن أنوّه، ببعدٍ نلمحه قليلاً وهو ردّ الفعل المباشر عليه. نحن هنا، عند مصدر سوء الفهم الكبير، الذي ينتشر بين رجال السياسة والمواطنين، بين الممثِّلين والممثَّلين بين القادة والمقادين،

سوء الفهم هذا، يتشكل بمظهر مفارقة، كلما ازداد ظهور السياسيين قرباً في الصورة وسهل الوصول إليهم «مثل كل الناس»، ازداد اعتبار المواطنين، لهم بعيدين، عن همومهم، وازدادت شكواهم من عدم الإصغاء لهم وسماعهم. ذلك أن التجاور مُخادع، لأن الموضوع السياسي، جوهرياً، غريب عن العلاقة المباشرة، بين شخص وآخر، السياسة تعالج ما هو مشترك، بين الجميع، موضوع السياسة، من حيث التعريف، بعيد بل بعيد جداً، هو هموم كل فرد من الناس، كلّما أظهر المسؤولون السياسيون قرباً من الناس، ظهرت السياسة، التي يتعهدونها بعيدة عنهم. السياسة هي التي ينبغي جعلها قريبة من الناس، إذا أردنا معالجة شعورهم بالحرمان وليس الذين يعتنقونها.

تأثير وسائل الإعلام في السياسة

وصلت إلى النقطة الثانية، التي كنت قد أعلنت عنها: تأثير وسائل الإعلام في السياسة، سأدرسها من زاويتين، الأولى تنظر بالحري، إلى الحاضر والأخرى إلى المستقبل، وسأعاين بدايةً، تحوّلات السلطة ـ المضادة التي تمثّلها وسائل الإعلام، وسأتفحّص بالتالي، تشظّي الفضاء العام، الذي يبدو، واقعاً تحت تحريضها، وفي ذلك ميل جنيني، ولكن يمكن أن يصير، انطلاقاً من الإنترنت، إحدى المشكلات الأساسية، لعمل الديمقراطيات.

ليس من قبيل الصدفة أن كلمة «سلطة"، تصل اليوم إلى طاولة التداول، ما إن نلفظ كلمتي «وسائل الإعلام». ما إن تقول وسائل إعلام حتّى يتبادر إلى الذهن «سلطة وسائل الإعلام». إنها ذات قيمة أكيدة في بورصة الإدانة. إذا أردت أن تكسب مجموعة صغيرة من الناس، ما عليك سوى إدانة سلطة وسائل الإعلام.

في الحقيقة إذا نظرت إليها عن كثب، تبدو هذه السلطة، عصيّة على الفهم، سألخّص المسألة باقتراحين:

1 ـ وسائل الإعلام لديها سلطة، أو لأكون دقيقاً تماماً ،هي تمارس تأثيرات السلطة.

2 ـ وسائل الإعلام ليست سلطة. ومن السهولة بمكان، أن نقيس ذلك، على قاعدة أربعة معايير بسيطة.

ـ إنّها لا تصدر عن الدستور: سلطتها تمُارس على نحو غير رسمي.

ـ هي متعدّدة ومبعثرة، في حين أن السلطات، من حيث التعريف، مركّزة ويمكن تعريفها.

ـ القسم الأكبر منها الآن، ملك القطاع الخاص، ويخضع لمنطق الشركة والربح، حتى لو لم يكن ذلك، الهدف الحصري للذين يمتلكونها.

ـ أخيراً، ليس لوسائل الإعلام، القدرة على الالتزام، في حين أنّ ذلك ما يعرّف «السلطات» بالمعنى السياسي، إنها تحتكر العنف الشرعي، القدرة على احتجاز الأشخاص وإخضاعهم، بوضعهم في السجن على سبيل المثال.. وسائل الإعلام لا تمتلك هذه الوسيلة. تستطيع أن تدمّر سمعة، وهي بذلك، تذهب بعيداً جداً ولكن هذا شيء مختلف.

وسائل الإعلام تمتلك سلطة، إنها ليست سلطة

هذه هي المشكلة، التي حاولت، فكرة السلطة المواجهة contre pouvoir حلّها، تقليدياً، إنها بالفعل تجيب جيداً على ضلعي المسألة. وسائل الإعلام تمارس سلطةً، لأنها تستطيع عرقلة السلطات، ولكنها ليست سلطة، لأنها لا تُعرَّف إلا بالسلب، بالنسبة لسلطات، تأسست بالإيجاب. وسائل الإعلام هي سلطة مواجهة contre pouvoir، وُجِدت لضبط السلطات، وببساطة من خلال الإعلان، عن ممارساتها وانحرافاتها المحتملة، وذلك يسمح للمواطنين، بأن يكونوا في وضع معاقبتها انتخابياً. وبكلام آخر، وسائل الإعلام هي سلطة مواجهة، بقدرتها على المراقبة، التي تعطي المواطنين وسائلها.

نعلم جيداً أنّ هذه الصيغة التقليدية، لا تكفي ـ وهذا لا يعني أنها غير صالحة: أنها لا تسمح بالقبض، على كل جوانب المسألة. ثمة شيء آخر، وأكثر من السلطة ـ المواجهة هذه، في وسائل الإعلام المعاصرة ـ ومنه هذا الهوس بهذه السلطة الإعلامية، العصية على الفهم، التي تسكن الوعي اليوم.

ينبغي الكلام برأيي، على توسّع السلطة ـ المواجهة وتحولها، التي جعلت منها ما اقترح تسميته، لفقدان تعبير أفضل، ميتا ـ سلطة، سلطة ما ـ فوق وما ـ وراء السلطات السياسية، وهي من طبيعة أخرى. هذه الميتا ـ سلطة لا تحلّ محلّها، فضلاً عن ذلك، لا تقول لها ماذا عليها أن تفعل، ولا تأمرها.

تتركها سليمة، بمعنى ما، ولكنها تحدّد ممارستها، وتضعها تحت صفعة المحاكمة. هذه الميتا ـ سلطة هي أكثر من سلطة مواجهة، لأنها تسمح للسلطة بأن تعمل. تلك هي الجدّة الكبيرة.

كان لرجال السياسة، حتى وقت قريب، قنوات اتصالاتهم الخاصة، مع القوى الاجتماعية، التي كان حزبها السياسي في شكله الحديث منذ قرن، الشكل المناسب. كان المسؤولون السياسيون، يستطيعون التوجّه مباشرة إلى ناخبيهم، وإلى الرأي العام، وإلى البلد من خلال قنوات يسيطرون عليها. كل شيء الآن، يمرّ من خلال وسائل الإعلام. كل العلاقات الحيوية، للمنتخبين مع ناخبيهم، في أي حال، على المستوى الوطني (وهذا يمكن أن يُناقش على المستوى المحلي)،

تمرّ من خلال الميدان الإعلامي، ليس بطبيعة الحال، دون أن يفرض هذا إلزاماته الواضحة ـ نحن جميعاً شهود على ذلك ـ مثلاً، في مسار اختيار مرشحين، لتحديد أشخاص يُعتبرون جديرين للمباراة في منافسة كبيرة، كالانتخابات الرئاسية، في فرنسا وفي غيرها من البلدان.

نستطيع القول، ليس فقط أنّ وسائل الإعلام، تشكل حينئذٍ، البنية التحتيّة للمسار الانتخابي، بنقلها إليه قنواتها الحيويّة، للتحرّك بين الممثِّلين والممثَّلين، ولكنها تشكل في آن، بنيته الفوقية وسأتجرأ لأقول تقريباً «أناه الأعلى».

وسائل الإعلام أسست وضعاً للسلطات العامة، جعلتها فيه تحت الرقابة الدائمة، التي غيّرت بعمق، شروط ممارسة السلطة. نستطيع من النظرة الأولى، تبادل التهاني لتعزّز الديمقراطية. وعلى أي حال، الحديث عن الديمقراطية التمثيلية، يستدعي رقابة الممثِّلين، وهذا لا يستبعد أن تُقاس جيداً، تأثيرات العرقلة والشلل والعجز، التي تصدر عن تلك الرقابة، وهي لا تذهب بالضرورة باتجاه الديمقراطية، إذا كانت الديمقراطية هي سلطة الشعب، فما معنى ديمقراطية من دون سلطة؟

التجلّي الأكثر مشهديّة لهذه التأثيرات، يمكن أن يُلخّص بعبارة، هي بلا شك مفرطة القوة قليلاً، ولكنها تقول ما ينبغي قوله، عدم شرعية الولاية التمثيليّة. الرقابة الدائمة تفرغ من المعنى، فكرة أنّ السلطة، معهود بها لمنتخبين لمدة محدّدة. منذ اليوم الأول بعد الانتخابات توضع ولاية المنتخبين موضع رهان، في كل لحظة، ومع كل قرار مهم أو ببساطة أي قرار كان. وتكون محل مساءلة من خلال مجابهتها الدائمة، لعرض سياسة في فترة زمنية، تصبح إشكالية، خصوصاً إذا أضفنا إليها، وظيفة وسائل الإعلام، بتحديد جدول الأعمال وفهرسته، وهي لا تكتفي بتحديد سلّم الأولويات، بل تبثّ في الجسم الانتخابي، فكرة أنه يجب التثبّت، من شرعية كل قرار، وفي كل لحظة.

ومن المناسب، أن نتساءل، إذا ما كانت المراقبة، لا تنحو لتنقلب، إلى نوع من نزع شرعية مبدأ السلطات، في الديمقراطية. إنها تفرز عدم شرعية متمدّدة، تجعل ممارستها، على ازدياد مستمر في صعوبتها، باستحضار اتهامات ضدها. هذه هي الحجة، التي من أجلها أثيرت مسألة معرفة، إذا ما كان تحوَّل وسائل الإعلام إلى هذه الميتا ـ سلطة، لا يخبئ في النهاية سلطة مضادة، لا تنزع لتحل محل السلطات السياسية، وإنما لتفكّكها.

تشظي الفضاء العام

فضلاً عن ذلك، سنبدأ لنكون مواجهين بمشكلة من نوع آخر، تستطيع إظهار المشكلة السابقة، التي ليست عديمة الأهمية، لتصبح ثانوية في مستقبل ليس بعيد، المقصود تشظي الفضاء العام.

كان القرن العشرون، قرن وسائل إعلام الجماهير: راديو معدّ طبيعياً للوصول في وقت واحد، إلى جماعة، وتلفاز وسّع أيضاً، هذه السطوة الجماعية، مضيفاً إليها قوة الصورة. وقد أسهمت وسائل الإعلام في توسّعها التاريخي، لإرساء فضاء عام موحّد، جماعة ذات مرجعية، بين المواطنين كلهم بالمقارنة مع تنافر المجتمعات السابقة، وتجزئتها الاجتماعية والجغرافية واللسانية، فضلاً عن اختلاف أعرافها، المؤرخ الأميركي، إيجن ويبر Eugen weber استطاع هكذا وصف «تحوّل الفلاحين في فرنسا»، كما قال،5 بفضل المدرسة والصحافة، وهذا لم يحدث تلقائياً: فرنسا العام 1880 لم تكن قد أصبحت، بعد بلداً يوجد فيه فضاء جماهيري موحّد. كان يوجد فضاء جماهيري مثقّف محدود، مديني، مختص بنخبة، تترأس جمهوراً هائلاً، من جماعات محلية غريبة عن الفضاء العام. وما حصل في القرن العشرين، ونسمّيه عموماً «دمقرطة» وهو بالتحديد إرساء تناغم المرجعيات، من خلال فتح البيئات الاجتماعية، الواحدة على الأخرى، بدلاً من انغلاق الجماعات على نفسها. وبهذا الصدد، إن الحركة خلال قرن، قد مالت دائماً، نحو مزيد من الدمقرطة، وخاصة في المدة الأخيرة، مع اتساع تآلف جماهير الصورة السمعية ـ البصرية.

ليس من المستبعد، أن نجد أنفسنا في الوقت الراهن، في نقطة من انحناء القوس. ومن المحتمل أننا نشهد انقلاب الميل: تضاعف العرض، وشخصنة الطلب، هما ربمّا في طريقهما لتفكيك هذه الوحدة النسبية، وإرساء بعثرة للجماهير، وتفجّر للميدان الإعلامي، وإعادة لتوزيع الجماهير، في جماعات صغيرة، بطريقة مختلفة كلياً عن الماضي، ولكنها تؤدي بنا مع ذلك، إلى تنافر المجتمع السياسي.

المولود الجديد لوسائل الإعلام، الإنترنت، شبكة الشبكات، الشبكة التي توصل ما بين الشبكات ولو أردنا مناقشة شرعية تسميتها، بالوسيلة الإعلامية، فهي تستطيع جيداً، أن تلعب الدور الحاسم للميل باتجاه التشظي. لا يرتهن كل شيء لها وليس المقصود أنها مصدر التشظي الوحيد. ثمّة ما هو مستقلّ تماماً عنها، تضاعف العرض الإعلامي، الذي يدفع في هذا الاتّجاه على أي حال، من جانب الإذاعات والتلفزيونات. وهذا أقلّ بكثير، من جانب الصحافة، المكتوبة ثمّة تجزئة للجماهير وتخصّص تيمي thématique يذهبان في اتجاه بعثرة الجماهير. ولكن الإنترنت، يضيف بعض الخصائص الإضافية التي تغيّر طبيعة ومقياس الظاهرة.

هنا أيضاً يوجد شيء غير منتظر، ومفارق كلياً، في هذا الميل لأن الانترنت، في معنى من المعاني الموحِّد الكبير، الدامج، الذي يقفل نسق وسائل الإعلام على ذاته بربطه الصورة، الكتابة، والصوت في مستند وحيد، يجعل الأشياء كلها متساوقة ويسمح بالانتقال، من ميدان إلى آخر من دون أدنى صعوبة. ولكنه في الوقف نفسه، يدخل انقلاباً في موازين القوى، بين المرسل والمتلقي.

إنه يفتح فضاء البرمجة الذاتية في اتجاهين مختلفين: يكسر ارتهان مصدر المرسلات واضعاً المستخدِم في وضعية يستطيع معها، أن يشكّل اللائحة، على هواه انسجاماً مع اهتماماته الخاصّة، وليس ذلك فقط: يضعه في وضعية الادّعاء، كمبدع للمحتوى بتكلفة ضعيفة جداً.

لتوسيع المسألة إلى دينامية المجتمعات المعاصرة، ينبغي إضافة أنّ الإنترنت، هو الوسيلة الإعلامية، لإنجاز صيرورة الفردنة individualisation ولكنه أيضاً وسيلة الهويّات، وسيلة الاختيار لأولئك الذين نؤلف معهم جماعة.

الميل التاريخي، لوسائل الإعلام كان حتى وقت قريب، تعميمي، أي ينحو باتجاه فضاء عام حيث بالتحديد، يلتقي فيه المرء بالآخر المختلف، ذي الرأي المعارض، المتناقض، وحتى بالخصم السياسي أو الأيديولوجي، أو المعتنق إيماناً دينياً آخر. الميل الجديد، على العكس، يمكن أن يكون انكفاء نحو الشبيه، انكفاء نحو جماعة الإيمان والاعتقاد والقناعات والاهتمامات المشتركة، واللامبالاة تجاه الآخرين. وفي الوقت نفسه، تكمن فيه إمكانية الانفتاح، على كل الآخرين، وكل شيء، الإنترنت يوفّر لمستخدميه، إمكانية تجنّب، كل ما لا يجيدون أنفسهم فيه، واللقاء حصرياً مع أشباههم.

المسألة الكبيرة هي معرفة إذا لم تكن هذه الإمكانية ستنتصر على نحو مميّز، مع تأثيرات مخيفة على الديمقراطية. لأن من البديهي، أنّ أحد شروط الديمقراطية كي تعمل، هو وجود جماعة ذات مرجعية، بين المواطنين، تسمح بالنقاش على قواعد واضحة، انطلاقاً من معطيات، ووقائع مشتركة، وليس من المؤكد أن شرط النقاش الديمقراطي، سيكون محقّقاً بطريقة فضلى، أو مرضية في مستقبل قريب، فمن الممكن لتناقص وسائل استعلامنا، وإمكاناتنا للمعرفة، أن تطيح بهذا الشرط، وتضعنا في مواجهة واقع سياسي، قلّما تحلم به القلّة المستغلة، التي تسيطر على محيط من الخصوصيات، التي لا رابط بينها إلّا الشبكات التقنية وتنظيم الأسواق.

تلك إذاً بعض الحجج الجيّدة دون غيرها ـ كان يمكن لي أن أذكر حججاً كثيرة إضافية ـ تسوّغ على ما يبدو لي، التساؤل المتجدّد حول مجتمع وسائل الإعلام. المجتمع الذي سيكون من واجبنا، أن نتعلّم معه، التخلّص من الورطة، لأن الأسئلة الأكثر إلحاحاً لهذه المشكلات، ليست إلا في بداياتها.

أخلاقيات الميديا
دعاوي التنظير ومبررات التفعيل

بهاء درويش[*]

غالباً ما تنهال الأسئلة الإشكالية في معرض الكلام على منظومة القيم التي تحكم الفضاءات المفتوحة لثورة الميديا. لعل أبرز هذه الأسئلة هي تلك التي تدور حول ما إذا كان هناك أخلاقيات في الإعلام وهل يجب أن يحكم الإعلام ضوابط أخلاقية معينة حاكمة أوموجهة، أو تشكل هذه الضوابط قيوداً على تحقيقه لأهدافه وإنجازه لعمله على الوجه الأكمل؟

هذا البحث محاولة للاقتراب من بعض دعاوي تنظير هذا المبحث وتأطيره الذي نزعم أنه ما زال في طور التشكل. سيلاحظ القارئ أن في دعاوي التنظير ذاتها تكمن أهمية تفعيل نواتج هذا التنظير ومسوغاته.

المحرر

ربما علينا أن نبدأ البحث بمقدمة نبين فيها كيف بدأ مبحث الأخلاق مبحثاً فلسفياً نظرياً إلى أن نشأت أخلاقيات العلم والتكنولوجيا أو «الأخلاقيات التطبيقية[2]» والتي يُعد مبحث «أخلاقيات الإعلام» أحد فروعها. نحاول بعد ذلك الإجابة عن السؤال: لماذا ظهرت أخلاقيات العلم والتكنولوجيا؟ ثم ننتقل بعد ذلك إلى معالجة محاولات تنظير هذا المبحث من خلال وضع مباديء ضابطة وموجهة له. ولما كانت صناعة الإعلام ذات تأثير خطير في تشكيل الرأي العام وكان العلم واكتشافاته التكنولوجية المتلاحقة ذات تأثير بعضها نافع وآخر ضار، كان للإعلاميين الذين يتحدثون عن العلم ومنتجاته دور مهم في تبصير الجمهور وتوعيته بكيفية التعامل مع هذه

---

*ـ أستاذ الفلسفة، جامعة المنيا، مدرب ومستشار لدى هيئة اليونسكو في مجال أخلاقيات العلم والتكنولوجيا ـ مصر.

[2]- تسمى أحيانا «الأخلاقيات العملية» practical ethics

المنتجات. وأخيراً يناقش البحث – محاولاً دحض- دعاوي بعض الكتاب الغربيين الذين يزعمون أن مبادئ أخلاقيات الإعلام الكونية Global media ethics-التي تصلح للانطباق في كل مكان – وهو الاتجاه الأكثر حداثة في أخلاقيات الإعلام- مباديء غربية في الأساس، إسهامات الثقافات الأخرى فيها قليل.

مقدمة

كان مبحث الأخلاق منذ الحضارات الشرقية القديمة والحضارة اليونانية القديمة مبحثاً فلسفياً نظرياً يهتم بوضع قواعد ومباديء أخلاقية عامة حول ماهية الخير والشر أو يهتم بتحديد القيم الأخلاقية الواجب اتباعها. ولكن مع تقدم العلم والتكنولوجيا – وتحديداً بدءاً بالقرن العشرين- بدأت تظهر مشكلات أخلاقية ناجمة عن هذا التطور العلمي المستمر والمتلاحق وذلك في شتى المجالات مثل مجال الاقتصاد والبيولوجيا والهندسة والفضاء والإعلام...الخ. تمثل المشكلات الأخلاقية لكل علم مجال بحث مستقل، هناك أخلاقيات لعلم الطب، وأخلاقيات للبيولوجيا، وأخلاقيات للهندسة، وأخلاقيات الإدارة، وأخلاقيات الإعلام....الخ. هذه المباحث – التي تشكل في مجموعها ما يعرف بأخلاقيات العلم والتكنولوجيا- مباحث فلسفية بينية. توصف هذه المباحث بالأخلاقيات التطبيقية، أي تطبيق المعايير والمباديء الأخلاقية في حل المشكلات الناجمة عن تطور هذه العلوم. تُعد أخلاقيات الطب- والتي تستخدم بشكل خاطئ أحيانا مرادفاً لأخلاقيات البيولوجيا- أكثر هذه المباحث اكتمالا، لقدمها النسبي عن بقية فروع الأخلاقيات التطبيقية، بينما يقف مبحث «أخلاقيات الإعلام» ضمن المباحث الأكثر حداثة التي لم تتشكل بعد بشكل نهائي، بل وتتطور باستمرار.

لماذا أخلاقيات العلم والتكنولوجيا؟

للإنسان كرامة تميزه من بقية الكائنات الحية: كرامة المريض تتطلب أن تعامله معاملة كريمة وأن تقدم له أفضل علاج متاح ومن ثم أن تحمي حياته (أخلاقيات الطب)، وكرامة الإنسان تتطلب أن يضع المهندس- ومنتج التكنولوجيا بصفة عامة- في اعتباره حياة الإنسان ورفاهيته وهو يقدم المنتجات الهندسية أو التكنولوجية، إذ إن لكل نواتج التكنولوجيا تقريباً تأثيراتها في صحة الإنسان وحياته ورفاهيته (أخلاقيات الهندسة والتكنولوجيا). وكرامة الانسان تتطلب أن تستأذنه قبل استخدامه مادة بحث في تجربة، وتكون صريحاً معه بإعلامه بكل المنافع والمضار التي قد تنتج عن التجريب عليه (أخلاقيات البحث العلمي في مجال الطب والصيدلة). وكرامة الإنسان تتطلب

ألا تضره باحتكار بعض البضائع حتى ترهقه مادياً (أخلاقيات الإدارة). وكرامة الإنسان تتطلب عدم الإضرار به والخاصة بمنتجات التقانات الدقيقة (النانوتكنولوجيا) بحيث لا تظهر في السوق سوى البضائع التي تم اختبار سلامتها وضمان عدم إضرارها بالمستهلك، سواء على المدى القصير أو الطويل (أخلاقيات النانوتكنولوجيا)، وكرامة الإنسان تقتضي ألا تقدم له صورة مزيفة للواقع تؤثر في حكمه على مجريات الأحداث التي تدور في العالم حوله (أخلاقيات الإعلام).

يتسارع التقدم التكنولوجي في شتى المجالات بصورة مدهشة، تاركاً لنا مشكلات أخلاقية لا يمكن أن نقف منها موقف المتفرج. فها هو ذا الإنسان قد شارف على أن يتمكن من استنساخ إنسان آخر، وها هو ذا قد أصبح في إمكانه أن يتحكم في جنس الجنين القادم، وها هو ذا قد أصبح في إمكانه إفناء الأرض ومن عليها بضغطة زر. فالاستنساخ وتحديد جنس الجنين وإفناء الكرة الأرضية نواتج تكنولوجية. ألا تثير مشكلات أخلاقية؟ وماذا عن المجتمعات مثل عالمنا العربي - المجتمع المتدين- الذي يحيل المشكلات الأخلاقية لرجال الدين ليحكموا له عما هو مقبول أخلاقيا (شرعاً) وما هو غير مقبول؟

لا شك أن الإجابة قد أصبحت واضحة. نعم: لا علم دون أخلاقيات توجهه، وذلك إذا ما أردناه علماً يخدم البشرية، ويحقق للإنسان رفاهيته. العلم كما أصوره دائما عربة قائدها الحكيم هي الأخلاقيات، من دونه لا ضمان لوصول العربة بسلام إلى مبتغاها أي لا ضمان لتحقيق العلم لهدفه ألا وهو خدمة البشرية.

ماهية أخلاقيات الإعلام

قلنا إن «أخلاقيات الإعلام» مبحث فلسفي شديد الحداثة بالنسبة للفروع الأخرى من الأخلاقيات التطبيقية يعني بالتساؤل حول ما الذي يشكل الممارسات الإعلامية الأخلاقية ولماذا وما الذي يجب على رجال الإعلام من الناحية الأخلاقية أن يفعلوه. الإجابة عن هذين التساؤلين تقتضي الإجابة عن مجموعة من الأسئلة الفرعية مثل: هل يجب على رجال الإعلام دائماً من الناحية الواقعية الالتزام بالصدق في نشر الأخبار؟ هل يجب على رجال الإعلام الالتزام بالموضوعية في عرض الأخبار والأحداث؟ وإذا أرادوا ذلك، فهل بمستطاعهم؟ هل من حقهم نشر الأخبار الخاصة بالشخصيات العامة واقتحام حيواتهم الشخصية ؟ هل يمكن تسويغ اتجاه رجال الإعلام أحيانا للكذب من أجل الحصول على قصة ما ؟ هل هناك ما يسوغ اقتحامهم خصوصيات الآخرين تحت اسم المصلحة العامة ؟ هل عرض الأفلام الجنسية في التلفاز أو السينما أمر يمكن تسويغه أخلاقيا ؟ هل من حقنا

أن نقلق بشأن عرض أفلام الرعب ؟ هل يمكن تقديم تسويغات عقلية للرقابة بكل صورها ؟ هذه هي بعض الإشكاليات التي يقدمها مبحث «أخلاق الإعلام».

4.1 هل هناك أخلاقيات في الإعلام ؟

بداية فإنه يجب أن نعرف أن الأبحاث التي تدور حول أخلاقيات الإعلام تسير في اتجاهين: اتجاه يرفض القول إن هناك أساساً ما يمكن تسميته بأخلاقيات الإعلام انطلاقا من أن تصور أخلاق الإعلام هو في ذاته تصور متناقض ذاتياً، ذلك أنه كيف يمكن للصحفي أن يكشف عن بعض القصص التي يريد الناس معرفتها إذا كان يجب عليه دائما التحلي بالأخلاقيات واحترام مشاعر وخصوصيات أولئك الذين يقوم بفضحهم ؟ ثم إن نوع الأخبار التي ينشرها والطريقة التي يحصل بها عليها أحيانا ما تكون غير أخلاقية، كيف يمكن أن يكون هناك- إذاً- اتساق بين مهنته ومسؤوليته الأخلاقية ؟ أضف إلى ذلك أن الغالبية من الناس ينظرون إلى رجال الإعلام – أو الصحافة تحديداً- على أنهم أولئك الذين يبحثون دائما عما يروج بضاعتهم أكثر، أي عن فضائح الناس، إذ هي مصدر كل من الشهرة والمال للصحفي. كيف يمكن- إذاً- أن تكون هناك أخلاقيات للإعلام أو للصحافة ؟ وما يقوي هذه النظرة هي إصرار رجال الإعلام على ما يسمى حرية التعبير. ثم إنه إذا كانت وظيفة رجال الإعلام تتراوح من نشر الفضائح السياسية لبعض الشخصيات إلى عرض الأحداث المهمة التي تحدث في العالم، فإن هذه المهام جميعها لا صلة لها من قريب أو من بعيد بالأخلاق.

أما الفريق الآخر فيرى على العكس أنه إذا كانت وظيفة الصحفي نشر الأخبار المهمة ذات الدلالة بما في ذلك عرض أشكال الفساد والغش والمسائل اللاأخلاقية التي تحدث في المؤسسات الحكومية وغير الحكومية ومن بعض السياسيين والحديث عن الجريمة المنظمة وفضح الثراء غير الشرعي لبعض الشخصيات، وهو ما جعل من الصحافة «السلطة الرابعة» كما يسمونها من حيث إنها من يملك مراقبة ذوي السلطة والنفوذ في المجتمع، فإذا كانت وظيفة الصحفي باختصار هي الكشف عن الفساد وفضحه، فإن هذا وحده يقف دليلاً على صلة الإعلام بالأخلاق، بمعنى أنه إذا كانت مهمتها الكشف عن المسائل اللاأخلاقية، فإنه يجب على رجالها أن يكونوا أبعد الناس عن هذا الذي يريدون كشفه وفضحه، فرجال الإعلام عليهم واجب أخلاقي يتمثل في الكشف بإخلاص عن الأعمال غير الأخلاقية، من هنا فإنه لكي يكونوا متسقين مع أنفسهم فإن هدفهم يجب أن يتمثل في احترام المعايير الأخلاقية للسلوك التي يطلبون من غيرهم التمسك بها.

والجدير بالذكر أنه إذا كان فحص الممارسات الصحفية والتحقق من فهم العامة للدور

الذي تلعبه الصحافة يندرجان أيضا ضمن اهتمام الدراسات الإعلامية وعلم النفس وعلم الاجتماع، فإن هذه الدراسات جميعها لا يمكنها الإجابة عن السؤال: ما الذي يجب – وما الذي لا يجب – على الصحفي – من الناحية الأخلاقية – أن يفعله ؟ إن البحث في الالتزامات الأخلاقية للصحافة والإعلام مبحث فلسفي خالص من حيث إنه مبحث معياري.

أخلاقيات الإعلام – إذاً – مبحث أخلاقي يعني بالبحث في تلك المعايير التي تجعل من الإعلام إعلاماً جيداً، بمعنى أن المعايير الأخلاقية هي معيار التمييز بين الإعلام الجيد والإعلام غير الجيد، وبما أنه بحث في المعايير فهو بالأساس مبحث فلسفي.

والآن ما المعايير التي تجعل من الإعلام إعلاماً جيداً ؟

كما هي الحال في سائر المباحث الفلسفية فإن هذه المعايير مثار خلاف بين الفلاسفة كما سنرى الآن:

الصدق

دعنا نتساءل أولا ما المقصود بالصدق في نشرات الأخبار. المقصود بالصدق في نشرات الأخبار هو تقرير أمور اقعية، أي أمور لا يتدخل فيها الصحفي بالخيال، أمور حدثت بالفعل، ذلك أن الأخبار قد أصبحت بشكل متزايد مصدرنا الرئيس في معرفة ما يدور في العالم من حولنا، من دون أن يتدخل فيها بالتحريف أو الإضافة أو عرضها عرضاً جزئياً.

والحقيقة أنه ما إذا كان على الإعلامي أن يكون صادقاً في نقل الخبر أو عرضه أو المادة الإذاعية يرتبط بالضرورة بتصورنا لوظيفة الإعلامي.

لقد اختلف الباحثون حول تصور وظيفة الإعلامي، خاصة وأن تصور الإعلام من حيث إنه السلطة الرابعة يكاد يكون أمراً متفقاً عليه. ومن هنا فإن السؤال هو ما الذي نعنيه بأن الإعلام هو السلطة الرابعة ؟

أحد تفسيرات أن الإعلام هو السلطة الرابعة أنه ما يملك سلطة مراقبة ذوي السلطة والنفوذ لصالح الشعب. فالشعوب في الدول الديمقراطية تريد أن تعرف ما إذا كان أصحاب السلطات الثلاث الأخرى – التشريعية والتنفيذية والقضائية – يؤدون عملهم الذي أنابهم الشعب عنهم على أكمل وجه. فإذا كان الشعب قد فوض أصحاب السلطات الثلاث في إدارة شؤونه من تشريع لتنفيذ لقضاء، فإنه يريد أن يطمئن على أن هؤلاء يعملون لصالحه، أي إن القوانين توضع ويتم تنفيذها

لمصلحة الشعب لا لأغراض خاصة، وأن رجال القضاء يحكمون بالعدل. العين التي تراقب هذا بالنيابة عن الشعب هي الصحافة. من هنا كانت هي السلطة الرابعة، فهي الجهة الموجودة لتطمئن الشعب أن الأمور تسير على ما يرام أو لتنبهه على أن هناك خللاً يحدث. وأن تفعل ذلك يتطلب بالضرورة صدق نقل الأخبار. من هنا كان على الإعلامي أن يكون صادقاً في نقل الأخبار أو عرضها.

إلا أن هناك رأياً آخر يذهب إلى أن هذا التصور لوظيفة الإعلامي يضيق من إطار هذه الوظيفة، أو أنه يحصرها في الإعلام السياسي وحسب. فالناس تهتم بالمثل بأخبار نجوم الكرة والمسرح والسينما والحوادث وغير ذلك من الأمور، من هنا فإن وظيفة الإعلامي هي نقل الأخبار التي تهم الناس من حيث إنهم كائنات بشرية، لا أن تنحصر وظيفته في الإعلام السياسي.

هنا نجد أنه حتى مع هذا الرأي، فإن الإعلامي يجب أن يتصف بالصدق. ذلك أن الصدق هو ما يساعد الناس على الحكم على شتى أمور الحياة التي تنقلها له وسائل الإعلام حكما صحيحاً. أما تشويه الأخبار بالنقل المتعاطف أو الجزئي للمعلومات فمن شأنه تقديم صورة مشوهة للواقع ومن ثم لا يمكن الناس من الحكم حكماً صحيحاً مما قد ينعكس على سلوكياتهم وردود أفعالهم.

رأي ثالث يذهب إلى أن وظيفة الإعلام تسلية الناس وهو ما يعني أن ميول الناس ورغباتهم هي ما تحدد الأجندة الإذاعية، أو تحدد نوع القصص والأخبار التي يريدها الناس أو تكون مثار اهتماماتهم.

يرى المعترضون على هذا الرأي أن جعل رغبات الناس وميولهم هي المحدد المطلق للخدمات الإخبارية التي يقدمها الإعلام سيؤدي حتما إلى إعلام سيء، لأن ذلك لن يؤثر فقط في نوع الأخبار المختارة للعرض والتي قد تهم الناس، ولكنه سيؤثر أيضا في طريقة تغطية الأخبار، إذ سيعتمد بالضرورة على إستثارة مشاعر الناس أو محاولة جذب تعاطفهم أو عرض القصة أو الخبر من الزاوية التي تجذب المشاهد أو المستمع أو القارئ، وهو ما يعني البعد عن الحقيقة والموضوعية في عرض الخبر، فقد يكون الخبر صحيحاً ولكن الوقائع التي يتم اختيارها للتركيز عليها في النشر دون غيرها من وقائع الحدث، ونبرة المراسل الصحفي أو المحلل والألفاظ التي يختارها للتعبير بها، كل هذا قد يمثل الحدث تمثيلاً سيئاً للدرجة التي قد ينتهي بها المتلقي إلى الانطباع المعاكس تماما للانطباع الذي كان يجب أن يخرج به المتلقي إذا ما تم نقل الخبر نقلاً موضوعياً.

ولكن أليس لهذا الصدق الواجب على الصحفي أن يلتزم به حدود أو استثناءات؟

مما لا شك فيه أن الأمن القومي يعد أحد استثناءات هذا الصدق الواجب على الإعلامي أن يلتزم به. إذا ما شعر الإعلامي أن قص قصة ما من شأنه أن يوقع الضرر بمجتمعه، فلا شك أن الامتناع عن الإعلام بالخبر هو التصرف الأكثر أخلاقية في هذه الحالة، فهو أفضل من الكذب أو القص المتجزئ. ويندرج تحت مبدأ أن دفع الضرر يقدم هنا على جلب المنفعة.

الموضوعية

على الصحفي – إذاً- الالتزام بالموضوعية في نقل الخبر أو الواقعة أو الشريط الإخباري، والموضوعية مقصود بها عرض المادة الإعلامية من شتى جوانبها، لا عرضها من جانب واحد، كما تعني عدم تدخل الإعلامي بأهوائه أو ميوله في اختيار جانب معين يعرض من خلاله الموضوع. وإذا ما تم عرض المادة الإعلامية من زاوية محددة لأنه يرى أن هذه هي الزاوية الصحيحة التي من خلالها يتم عرض مادته عرضاً أميناً فعليه أن يضع دائما إمكانية أن تكون هناك زوايا أخرى من الممكن تفسير الموضوع من خلالها. كذلك تعني الموضوعية ضرورة تحقق الإعلامي من صحة وشمولية مصادره.

ولكن السؤال الآن : هل يمكن لمعيار الموضوعية هذا أن يتحقق ؟

يرى رافضو معيار الموضوعية في الإعلام أن مطلب الموضوعية كشرط للإعلام الجيد أمر خيالي صعب التحقق للأسباب الآتية :

1- إنه حتى على افتراض أمانة الصحفي ورغبته الصادقة في النقل والعرض الموضوعي للخبر، فإن لكل منا بالضرورة- من حيث إننا بشر- رؤيته الخاصة وتصوره الخاص لأمور الواقع، من هنا ينشأ التساؤل: ألن يتأثر الصحفي- رغماً عنه- بهذه الرؤية الشخصية للواقع الذي يحيط به؟ ألن يتأثر بفهمه الخاص للأمور؟ هل يمكن للصحفي أن يفصل تحليلاته الصحفية عن تراثه واعتقاداته وتصوراته التي تكونت عبر السنين لشتى أمور الحياة؟ ألن يؤثر هذا في عمله رغما عنه ؟

2- كيف يمكن الفصل بوضوح بين ما هو مجرد وصف، وما هو تفسير وما هو تقييم للحوادث؟ وما دامت الأفراد والمجتمعات المختلفة تفسر وتقيم العالم بصور مختلفة، أي ينظر كل منهم إلى العالم من وجهة نظر مختلفة، فإن الخبر على هذا النحو ذو طبيعة نسبية، أي إن الخبر هو كذلك بالنسبة لجماعة معينة في سياق معين. ثم إن لكل خبر عادة العديد من التفسيرات والتقييمات من قبل محللين مختلفين. انظر مثلا – وإن كان هذا مثالاً بسيطاً ولكنه مثال مُمثل – لمباراة في كرة

القدم، واستمع إلى محلل من الفريق الضيف، ثم استمع لتحليل آخر - للمباراة نفسها من الفريق المضيف، تجد اختلافاً في التحليلين قد يصل إلى أن تشعر وكأنك تستمع لتعليق عن مباراة مختلفة.

3- كثيرا ما نرى صحفاً تنشر خبراً واحداً ولكن كلاً منهم ينشره من زاويته المختلفة. ثم إن الصحفيين والصحف تختار عادة الأخبار التي ترى أهمية نشرها. يكمن في عملية الاختيار هذه والزوايا المختلفة للحدث الواحد التي تركز كل صحيفة على إحداها أو بعضها تبرير القول إن رجال الإعلام يقومون بتغطية الأحداث مدفوعين باهتماماتهم وقيمهم الخاصة وإن ما يسمى الموضوعية في الإعلام أمر خيالي.

أما دعاة الموضوعية فعلى الرغم من أنهم يسلمون بأن النشر يخضع دائما لعملية اختيار، وأن لكل محلل ميولاً وعواطف وتحيزاً لجانب معين يرى منه صحة الخبر، إلا أن هذا لا يمنع من القول بموضوعية النقل أو التحليل. تكمن الموضوعية في عرض الأمور من جوانب شتى وفي استعداد المحلل دائما أو الإعلامي أن يرى أنه أحيانا كان على خطأ، لا أن يتخذ من الحدث مثالا يدعم به تحيزه. فهذا هو ما من شأنه أن يمكن المشاهد من الخروج بحكم موضوعي وهو ما يمثل الصحافة الجيدة.

إن جوهر الصحافة الجيدة لدى أنصار الموضوعية يكمن في القدرة على وزن الأدلة بموضوعية وكتابة قصة من الممكن التحقق منها أو تكذيبها بواسطة الأدلة والوصول إلى نتيجة مبررة، لا أن يكتب من زاوية عاطفية.

هل الصدق والموضوعية يسوّغان عرض العنف في وسائل الإعلام

قلنا إن الإعلام الجيد هو ذلك الإعلام الذي يقدم صورة صادقة وموضوعية للواقع، صورة تمكن المتلقي من الحكم على ما يدور حوله في العالم بشكل صحيح وهو ما لن يتمكن من فعله متى قدمنا له صورة غير أمينة ومشوهة للواقع. من هنا فإنه لما كان العنف والجريمة أحداثا فعلية وواقعية تحدث وتشكل جزءا من الأحداث التي نحياها، كان عرضها - سواء في صورة أخبار أو أفلام - يمثل جزءاً من واجب الصحفي المتمثل في ضرورة تقديمه لصورة صادقة وموضوعية للواقع الذي نحياه.

لذا يرى أولئك الذين لا يعارضون عرض الجريمة والعنف عن طريق وسائل الإعلام - سواء أكانت الجرائم المدنية (القتل والسرقة) أو جرائم الحرب (القتل والدمار) أو الأفلام التي تعرض

لقصص الجريمة – أن أولئك الذين يقفون ضد عرض صور العنف على شاشات العرض، إنما ينطلقون من أيديولوجية معينة تكمن في محاولة تقديم صورة جيدة مثالية لواقع لا نحياه.

ومع هذا فإنه على الرغم من أن واجب الإعلامي تقديم صورة واقعية وموضوعية للواقع، فإن هناك الكثيرين ممن يقفون ضد عرض صور العنف. يمكن إجمال الأسباب التي يستندون إليها على النحو الآتي:

للإعلام تأثير قوي في المشاهد والقارىء والمستمع يصل إلى حد غرس سلوكيات معينة لديه تصل إلى حد تقليد ما يراه – بدءا بما يعرضه ممثلو الإعلانات مروراً بالمغنيين وصولا للممثلين- وذلك في حركاتهم وأقوالهم بل وحتى في طريقة ارتدائهم ملابسهم. من هنا كان عرض الجرائم وطرق ارتكابها من شأنه أن يولد عند بعضهم بعض السلوكيات العنيفة.

إن التعريض المتكرر للمشاهد لصور العنف قد يحوله إلى كائن لامبالٍ لا يتعاطف مع ضحايا العنف، ولا يقدر بصورة صحيحة حجم المعاناة التي يعانيها ضحايا العنف في صورتيه المدنية والعسكرية.

إن فضح مرتكبي الجرائم قد يحولهم إلى أشخاص مستهجنة اجتماعياً هم وعوائلهم، ونكون بذلك قد عاقبناهم مرتين، مرة عقاباً قانونياً محدد المدة (كالسجن مثلا) ومرة عقاباً اجتماعياً يظل يطاردهم إلى الأبد.

يزداد القلق من عرض العنف متى أخذنا في الاعتبار تزايد سهولة إمكانية رؤية الأطفال لمثل هذه الأنواع من الأفلام، ذلك أن الأطفال – خلاف الكبار – ليس لديهم خبرة سابقة بنوعية هذه الأحداث والمشاعر التي يتم عرضها مما قد يجعلهم يعتقدون أن هذه الصورة المشوهة للحب والجنس والعنف والمقدمة عن طريق الفيلم مثلاً هي الصورة الطبيعية لهم وأن هذه هي السلوكيات الطبيعية التي يجب أن يسلكها الإنسان العادي. ويزداد الأمر سوءاً مع الطفل الذي يعاني إهمالاً عاطفياً فيعتقد هو الآخر أن هذه هي العواطف والمشاعر الطبيعية التي يسلكها الناس الطبيعيون، فالطفل يتعلم بالخبرة والتقليد، ومن ثم فإذا كانت هذه هي فقط أمثلة المشاعر والسلوكيات التي رآها نتيجة إهماله وعدم رؤيته لمشاعر أو سلوكيات مختلفة، فقد يعتقد أن هذه هي المشاعر والعواطف والسلوكيات الطبيعية. وأخيرا فإن الإفراط في عرض أفلام العنف قد يعكس صورة لمجتمع يتبنى ضمن ما يتبنى ثقافة العنف.

الأمانة

أن يرى الجمهور في الصحافة السلطة الرابعة يعني ضمن ما يعني ثقة من جانب الشعب في الصحافة. هذه الثقة ثقة في أمانة الأخبار والتحليلات والمصادر التي تأتي بها الصحافة، كما أنها ثقة في أمانة رجال الإعلام وصدقهم.

من هنا يثار السؤال: هل هناك ما يسوّغ للصحافة ورجال الإعلام أحيانا الكذب والغش والالتواء والمناورة وسيلةً يكشف بها رجال الإعلام عن فساد ما وذلك لمصلحة الشعب؟ هل «الغاية تبرر الوسيلة» مبدأ يمكن للصحفيين أحياناً اتخاذه من أجل الكشف عن أوجه فساد بعض ذوي السلطة أو النفوذ وذلك من أجل إعلام الشعب بالحقيقة؟

هناك رأيان متعارضان:

يرى كانط أن الكذب والغش وعدم الوفاء بالوعد أساليب لاأخلاقية لا يوجد على الإطلاق ما يسوّغها، وبالتالي يجب على المرء - صحفياً كان أو أياً ما كانت مهنته - ألا يتبعها.

يرى الرأي الآخر أن الصحفيين إذا ما اتبعوا الصدق والأمانة دائما فلن يحصلوا على أخبار تمكنهم من فضح المفسدين، ومن ثم فإنه كما أننا نقبل أحيانا في أوقات الحرب والأزمات سرية بعض الأخبار والكذب على الشعب من أجل الحفاظ على السرية أو لعدم إثارة الفزع بين الناس، فإن هناك بالمثل ما يسوّغ للصحافة المناورة في الحوار مع رجال السلطة وعدم الفصح عن النيّات وراء الأسئلة الموجهة لهم وذلك من أجل التأكد من سلامة سلوكياتهم وأنها موجهة لصالح الشعب وكذلك هناك ما يسوّغ مراقبة أفعالهم سراً وذلك للتحقق من عدم استغلالهم سلطاتهم استغلالا سيئاً، كأن نتحقق من عدم تعرضهم لأخذ رشاوى أو من عدم إساءة استغلال مواقعهم لمصالحهم الخاصة.

حق الخصوصية

هنا نجد بالمثل رأيين متعارضين :

هناك من يميل عادة لافتراض أن اقتحام الخصوصية يعد شكلاً من أشكال الاعتداء عليها إذا ما تم من دون موافقة صاحبها سواء تم هذا الغزو بواسطة الصحفي أو البرامج الإعلامية ومن ثم فهو مرفوض أخلاقياً. إذ إن أدنى ما يعنيه هذا هو عدم احترام أحد حقوقنا بوصفنا أفراداً. ولهذا السبب فإن القوانين تكفل للفرد صيانة حرمة المنزل والأوراق الخاصة. ليس لأحد الحق في

معرفة خصوصياتنا. إن جزءاً مما تعنيه الصداقة هو حقنا في الكشف للأصدقاء فقط عن بعض خصوصياتنا. من هنا تكمن قيمة الخصوصية في أنها تمنع الآخرين من ممارسة أي حقوق تضر بنا. من هنا كان غزو الخصوصية لا يعني فقط الحصول من دون إذن على معلومات خاصة بنا ولكن تعني معرفة الآخرين بالعلاقات والنشاطات والاهتمامات التي نراها لا تهم أحداً سوانا.

ثم إن الخصوصية تمكننا من تنمية هويتنا وشخصيتنا بوصفنا أفراداً وإقامة علاقات وصداقات خاصة، بحيث إنه إذا ما قلنا لكل الناس كل شيء يخصنا أو سلكنا المسلك نفسه مع الأصدقاء والغرباء والزملاء، فإن دلالة الكثير من الأفعال الخاصة والأقوال التي نخص بها بعضهم دون بعضهم الآخر ستتلاشى. نحن عادة نختار أن نكشف فقط لبعضهم عن جوانب خاصة من جوانبنا وهو ما يساعدنا على إقامة علاقات تثري حياتنا.

إلا أن هناك من يرى أنه قد لا يكون لدينا حق في خصوصية بعض المعلومات أو النشاطات التي نمارسها متى كان يجب أن يتم عرض هذه المعلومات والنشاطات في إطار عام. متى كان ما يتم ممارسته بصورة خاصة يندرج تحت المصلحة العامة، هنا يزول حق الفرد في الخصوصية. فحق السياسي في الخصوصية لا نقول إنه تم غزوه أو الاعتداء عليه متى قام أحد الصحفيين بالتحري والبحث في أحد شؤونه السياسية الخاصة تحققاً من واقعة فساد مثلا. فلو اعتبرنا حق السياسي في الخصوصية حقاً مطلقاً، فإن هذا سيعطي الفساد الفرصة للازدهار والتفشي. من هنا لا يُعد بحث الصحفي في الأوراق الخاصة لرجل السياسة اعتداء على خصوصيته خاصة إذا كانت هذه الأوراق هي التي ستكشف عن بعض تفاصيل واقعة فساد معينة، بل هو فعل مبرر من أجل المصلحة العامة، إذ لا يمكن إدراج الفساد السياسي مثلا ضمن الشؤون أو الأفعال الخاصة لأي شخص والتي لا يجب لأحد الاقتراب منها.

من هنا كان هناك ما يسوّغ البحث في الشؤون الخاصة لذوي السلطة متى كان لدى الصحفيين مسوّغ قوي للاعتقاد في تورطهم في إحدى وقائع فساد، كأن يكون هناك اعتقاد أن أحد رجال السلطة هؤلاء قد تلقى مثلا أموالاً لاستخدام سلطته السياسية، وما يسوغ لرجال الإعلام هذا البحث والتدخل في خصوصية ذوي السلطة أن جمهور العامة قد أنابهم لمعرفة ما إذا كان ممثلو الشعب يمثلون مصالح الشعب تمثيلاً صحيحاً أو لا. فواجب رجال الإعلام هنا واجب أخلاقي تجاه الشعب وهو أن يكشفوا للشعب عن أشكال الفساد. وبالمثل متى لم يكن رجال الإعلام والأطباء

والمعلمون يعملون من أجل مصلحة من هم من المفترض أن يعملوا لصالحهم، ولكن يستغلون وظائفهم لمصالحهم الشخصية، فإن أفعالهم لا تندرج تحت الخصوصية التي يجب عدم الاقتراب منها. فمن حق الناس أن يطمئنوا إلى أن استثماراتهم تتم بالشكل الصحيح وأن الأطباء يلتزمون بالقواعد الأخلاقية لمهنتهم، وأن المعلمين يوجهون أبناءهم التوجيه الصحيح.

4.2 إعلام العلم وأهميته

هناك جانب على قدر كبير من الأهمية بدأ الإعلاميون والمشتغلون بالعلم معاً الانتباه إلى أهميته في الآونة الأخيرة ألا وهو مسؤولية الإعلاميين في نقل أخبار العلم والعلماء.

لما كان نقل المعلومات العلمية للعامة – من خلال وسائل الإعلام- بصورة غير دقيقة وإعطاء العامة صورة غير صحيحة عن العلم والمنتجات التكنولوجية من شأنه أن يفقد العامة الثقة في العلم والعلماء، كان للإعلاميين دور مهم في الحديث عن العلم. قناعة بهذه الأهمية بدأت تظهر في أماكن كثيرة من العالم – وخاصة في الولايات المتحدة- مؤسسات أو جمعيات للكتاب في مجال العلم. تُعد المؤسسة القومية لكُتاب العلم the National Association of Science Writers إحدى هذه المؤسسات التي تأسست عام 1955 في الولايات المتحدة. وضعت هذه المؤسسة مدونة أخلاقية تم تحديثها عام 2014 حددت فيها الواجبات الأخلاقية التي يجب على الإعلاميين في مجال العلم اتباعها، نوجزها فيما يأتي:

على الإعلاميين في مجال العلم أن يتحروا دقة المعلومات العلمية ومصادرها ودقة صياغتها ونشرها.

على الإعلامي تجنب كل أشكال التمييز القائم على الجنس أو العرق أو الدين أو أي شكل من أشكال التمييز غير المسوّغ.

يجب أن يكون عمل الإعلامي في مجال العلم هو عمله الخاص وليس منقولاً من غيره. الانتحال غير مقبول تحت أي ظرف.

على كتاب العلم، مع هذا، تشجيع تبادل الآراء في مجال العلم، وتجنب أي تضارب في المصالح والإبلاغ الفوري عن أي تضارب مصالح لا يمكن تجنبه.

على الكتاب في مجال العلم أن يقبلوا الإعلان الفوري والعلني عن أية أخطاء وتصحيحها فوراً[1].

هذه الثقافة – ثقافة الكتابة الإعلامية عن العلم ومنتجاته- مع الأسف مازالت غائبة عن محيط ثقافتنا العربية لعدة أسباب أهمها أن العالم العربي متأخر إلى حد كبير في إنتاج العلم، لا يشارك في إنتاجه، فهناك فجوة علمية وتكنولوجية عميقة بيننا وبين الغرب، فالعالم العربي بالأحرى مستهلك لمنتجات العلم أكثر منه منتج لها وبالتالي فمسألة القلق من التصوير غير الدقيق لمنتجات العلم لا تقلق المتمعات العربية مثل المجتمعات الأجنبية. السبب الثاني: غياب تطبيق مبدأ المحاسبية في معظم البلاد العربية أو ضعفه. من ذا الذي يمكن أن يحاسب إعلامياً عربياً أعطى معلومة خاطئة عن منتج تكنولوجي معين؟ أضف إلى هذا أن معظم الصحف اليومية والمجلات الأسبوعية لا تفرد مساحات كافية تبرز بها أهمية العلم والتكنولوجيا، فالنسبة العالية للأمية والبطالة تجعل نسبة قراءة الصحف والمجلات نسبة ضعيفة وتأتي القراءة في العلم في ذيل اهتمامات القاريء العادي. تفسر هذه الأسباب عدم إدراج أي قواعد أخلاقية ضابطة للإعلاميين في مجال العلم ضمن مدونات أخلاقيات الإعلام.

ولكن لما كانت الإرادة السياسية في الآونة الأخيرة في الكثير من الدول العربية قد أظهرت اهتماماً بالعلم والتكنولوجيا حين قطع قادة العرب- الذين اجتمعوا في سرت – ليبيا 2010 في الدورة 22 لمجلس جامعة الدول العربية على مستوى القمة- وعداً على أنفسهم بـ «زيادة الإنفاق على البحث العلمي والتقني وتوطين التقنية الحديثة وتشجيع ورعاية الباحثين والعلماء، وتطوير القدرات العربية العلمية والتكنولوجية والنهوض بمؤسسات البحث العلمي» [2] وصدرت بالفعل استجابة لهذا الاجتماع من خلال « الاستراتيجية العربية للبحث العلمي والتقني والابتكار» الصادرة في 2014، فمن الضروري أن يواكب الاهتمامَ بالعلم والتكنولوجيا اهتمامٌ بأخلاقياته، وهو ما يعني في مجال حديثنا هنا ضرورة رفع درجة الثقافة العلمية للإعلاميين الذين يتحدثون في العلم وأن تتضمن مدونات السلوك الإعلامي ضوابط لسلوكيات هذه الفئة من الإعلاميين.

[1] National Association for Science Writers (2014). Code of Ethics for Science Writers. In https://www.nasw.org/code-ethics-science-writers. 2017 12- – 18 تم الدخول بتاريخ

[2]- الكسو « الاستراتيجية العربية للبحث العلمي والتقني والابتكار». جامعة الدول العربية. 2014، ص 1
2017 – 06 – 20 تم الدخول بتاريخ http://www.alecso.org/en/2016-04-06-07-56-24.html

4.3 هل يمكن أن تكون هناك أخلاقيات كونية للإعلام؟ Global Media Ethics

مع بداية سبعينيات القرن الماضي نشأ اتجاه ينادي بما عرف بأنه أخلاقيات كونية للإعلام. نشأ هذا الاتجاه في بدايته كمحاولة لإصلاح نظام الإعلام الكوني أو تطويره وذلك بعد أن سيطرت قلة من البلدان الغربية على الإعلام لاستحواذها على أدوات تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة وهو ما عُد شكلاً من أشكال عدم المساواة. إذ أصبح الإعلام الإخباري يستخدم تكنولوجيا الاتصال لجمع النصوص والأفلام والفيديوهات حول العالم بسرعة غير مسبوقة وتوزيعها على الجمهور في مختلف أنحاء العالم بسرعة أيضاً. من هنا جاءت المطالبة بأخلاقيات كونية للإعلام والتي عنت وضع مجموعة من المبادئ والمعايير العامة لممارسة الصحافة والإعلام في عصر العولمة تنطبق على كل مكان وزمان[1].

وخشية أن تهدد القيم الغربية التي يحملها الإعلام الغربي القيم الأخلاقية للبلدان الأخرى غير الغربية وبصفة خاصة البلدان النامية، نشأ تجمع أطلق عليه « النظام العالمي الجديد للمعلومات والاتصالات New World Information and Communication Order» تكون هذا التجمع من دول عدم الانحياز واليونسكو وأعضاء لجنة ماكبرايد MacBride [2]. وخرج التقرير باسم «عالم واحد وأصوات متعددة One World Many Voices» ولم ترض الولايات المتحدة ولا بريطانيا عن هذا التقرير.

ولم يمت حلم الوصول إلى مجموعة واحدة من المبادئ والسياسات التي تنظم النشر المسؤول والعادل للأخبار على مستوى العالم. فلقد عقدت الأمم المتحدة عام 2003 اجتماعاً في جنيف تحت عنوان «القمة العالمية لمجتمع المعرفة» انتهى بتبني 175 دولة إعلان لمباديء موحدة. تلا هذا الاجتماع اجتماع آخر في تونس عام 2005 للنظر في كيفية تطبيق مباديء جنيف. كان أهم ما شغل هاتين القمتين هو النمو المتزايد للإعلام عبر الإنترنت online media.

يمكن أن نجد على الأقل سببين لنشأة اتجاه محاولة إيجاد أخلاقيات كونية للإعلام. السبب

[1]- **Ward، S. Global Media Ethics. Center for Journalism Ethics. School for Journalism and Mass Communication. University of Wisconsin-Madison. In https://ethics.journalism.wisc.edu/resources/global-media-ethics/ 2017 12- – 17** تم الدخول بتاريخ

[2]- وهي لجنة دولية كونتها هيئة اليونسكو 1977 من خمسة عشر عضواً برئاسة سين ماكبريد وهو ايرلندي حاصل على جائزة نوبل وذلك لدراسة مشكلات الاتصال. صدر التقرير عن اليونسكو عام 1981.

الأول أن الأخلاقيات المحلية الإقليمية لم يعد بمقدورها مناقشة المشكلات الجديدة التي تواجه الصحافة العالمية. الثاني: لقد فرضت مسؤوليات عالمية جديدة نفسها وأصبح لها تأثير كوني عالمي. فالتقارير الإخبارية من خلال الانترنت أو الأقمار الصناعية تصل إلى كل مكان في العالم وقد تؤثر في الحكومات وجيوش البلاد المختلفة. من هنا أصبح هناك حاجة لأخلاقيات كونية تناسب عالماً تصل فيه الأخبار لجماعات ذات ثقافات وأديان وتقاليد مختلفة. كما أن مبدأ الموضوعية التقليدي الذي يجب أن يتصف به الصحفي التقليدي أصبح معناه الآن أن يكون الصحفي موضوعياً في تقاريره بإزاء عالم متعدد الرؤى والتقاليد والثقافات وليس فقط بإزاء مجتمعه الذي كان يخاطبه الصحفي في الماضي[1].

يضيف بعضهم مسوّغاً آخر للحاجة لأخلاقيات كونية للإعلام، ألا وهو أننا نحيا الآن في عالم هو بالأحرى قرية كونية يحكمها مجموعة أنساق من الإعلام الحكومي، يحتكر كل منها بناء صورة للآخر تغذي روح الانقسام والفرقة هي في أغلب الأحيان صورة ليست صحيحة. نحن في حاجة إلى إعلام مختلف يؤسس لصحافة سلمية peace journalism تهدف للوصول إلى فهم للتعددية الثقافية والكونية التي نحياها. إذا كانت أخلاقيات الإعلام قد ركزت حتى وقت قريب على أخلاقيات الإعلامي الفرد، فإننا في حاجة لأخلاقيات للإعلام تناسب العالم الكوني الذي نعيش فيه، تتأسس على اتفاقيات دولية ترى في التواصل حقاً من حقوق البشر[2].

4.4 ماهية هذه الأخلاقيات الكونية.

يرى بعض أدعياء هذا الاتجاه أنهم في محاولتهم تأسيس هذا النسق الكوني من ثقافات مختلفة، لم تكن التصورات الأخلاقية لهذه الثقافات غير الأوربية والأميركية - مثل ضرورة احترام الكرامة الإنسانية وقول الصدق وعدم اتباع العنف- سوى تصورات غربية اقتبسها أصحاب هذه الثقافات اللاأورو-أمريكية وضمنوها أنساقهم الفكرية بحيث تناسب ثقافتهم. وبالتالي تبقى الأطر الممثلة

[1]- ibid

[2]- Tehranian، M. (April 1، 2002) Peace Journalism: Negotiating Global Media Ethics. In The International Journal of Press/Politics. In Journals.Sagepub.com/doi/abs/10.11771081180/x0200700205. تم الدخول بتاريخ 17 - 12- 2017

للأخلاقيات الكونية للإعلام في النهاية أطراً غربية[1].

الحقيقة أن هذا الزعم يجافيه الصدق والموضوعية، إذ إن هذه القيم – وسأقصر حديثي هنا على الثقافة العربية الإسلامية- ليست في أساسها قيماً غربية. لقد كتب صاحب هذه الأسطر مقالاً بعنوان Arab Perspectives[2] نُشر عام 2014 شرح فيه المنظور العربي الإسلامي للخمسة عشر مبدأ من مباديء أخلاقيات البيولوجيا التي أقرتها سائر الدول الأعضاء في اليونسكو عام 2005 في وثيقة الإعلان العالمي لأخلاقيات البيولوجيا وحقوق الإنسان Universal Declaration of Bioethics and Human Rights. هذه المباديء هي احترام الكرامة الإنسانية، المنفعة والضرر، الاستقلالية والمسؤولية الفردية، الموافقة المستنيرة، ناقصي وفاقدي الأهلية، احترام الضعف البشري والسلامة الشخصية، الخصوصية والسرية، العدالة والمساواة والإنصاف، عدم التمييز وعدم الوصم، احترام التعددية والتنوع الثقافي، التضامن والتعاون، المسؤولية الاجتماعية والصحة، التوزيع العادل للمنافع، حماية الأجيال المستقبلة، حماية البيئة والتنوع البيئي والمحيط الحيوي. لم يعن كاتب هذه الأسطر بشرح المنظور العربي الإسلامي لهذه المبادئ من حيث إنها في أصلها مبادئ غربية تم الاستعانة بها في ثقافتنا العربية الإسلامية ولكنه أراد أن يبين كيف أنها جزء لا يتجزأ من الثقافة الإسلامية منذ نشأة الإسلام. حيث دلل كاتب هذه الأسطر على ذلك باستشهادات من القرآن والسنة. كان ملخص رأي كاتب هذه الأسطر أن سائر المبادئ يمكن أن نجد أساسها في المبدأ الأول ألا وهو احترام كرامة الإنسان. للإنسان كرامة في المفهوم الإسلامي لأن الله اختاره خليفة له على الأرض. لحفظ هذه الكرامة يجب الامتناع عن الإضرار بها ونسعى إلى نفعها، واحترام كرامة الإنسان تعني احترام خصوصيته واستقلاليته في اتخاذ القرارات، وهي الاستقلالية المحكومة بالمسؤولية. تظهر استقلالية الإنسان في حقه في تقديم الموافقة. يجب حماية ناقصي الأهلية وفاقديها كجزء من احترام كرامتهم، وكذلك يجب احترام ضعفهم. ولأن البشر خلفاء الله على الأرض، فلا تمييز بين شخص وآخر وهو ما يعني ضرورة تحقيق العدالة والمساواة والإنصاف، وعدم التمييز وعدم الوصم. لا ينطبق هذا على الأجيال الحالية فقط ولكن ينسحب على الأجيال

[1]- Shakuntala Rao and Herman Wasserman (2007). Global Media Ethics Revisited. A postcolonial critique. in Global Media and Communication [17423:1(2007)7665-] Volume 3(1): p.30. In http://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/ 1742766507074358 2017 12- – 17 تم الدخول بتاريخ

[2]- 'Arab Perspectives' (2014) in H.A.M.J. ten Have، B. Gordijn (eds.)، Handbook of Global Bioethics، Springer Reference، pp. 269- 291

المستقبلية أيضا. ولأن البيئة بكل مكوناتها من خلق الله، فلها قيمة في ذاتها، وهو ما يعني ضرورة حمايتها لذاتها وليس فقط من أجل الأجيال القادمة[1].

نعم يتفق كاتب هذه الأسطر على أن حظ العرب حتى الآن من التنظير قليل، للدرجة التي يزعم بها أنه لا وجود لنظرية أخلاقية عربية إسلامية تتأسس على مباديء أخلاقية نابعة من البيئة الإسلامية يمكن الاستعانة بها بشكل كلي في حل المشكلات الأخلاقية لأي ميدان من ميادين الأخلاقيات التطبيقية. إلا أن هذا لا يعني أن هذه المباديء غير موجودة وأنها ليست جزءاً من ثقافتهم. هناك فارق بين عدم تنظيري للمباديء التي تحكم - أو يجب أن تحكم- سلوكي وبين عدم وجودها. قد يقول قائل إن هذه المبادئ التي شرحها كاتب هذه السطور في المقال الأجنبي سالف الذكر مبادئ خاصة بميدان بحث آخر وهو أخلاقيات البيولوجيا ولكننا نقول إن الكثير من هذه المبادئ ينطبق على مجال الإعلام مثل حماية كرامة الإنسان، وعدم الإضرار والمنفعة وعدم التمييز والعدالة واحترام التعددية والتنوع الثقافي والخصوصية والسرية والمسؤولية الاجتماعية، وأن معنى المبادئ الأخلاقية ثابت لا يتغير. يختلف الأمر فقط في طريقة تطبيق المباديء واستخدامها من مجال لآخر. فمعناها لا يختلف سواء طُبقت على مجال البيولوجيا أو الإعلام أو الإدارة أو أي مجال من مجالات الأخلاقيات التطبيقية.

المراجع المستخدمة

أولا: المراجع العربية

الكسو «الاستراتيجية العربية للبحث العلمي والتقني والابتكار». جامعة الدول العربية. 2014

http://www.alecso.org/en/2016-04-06-07-56-24.html تم الدخول بتاريخ 20 - 06 - 2017

ثانياً: المراجع الأجنبية

Darwish، B. (2014). ‘Arab Perspectives’ (2014) in H.A.M.J. ten Have، B. Gordijn (eds.)، Handbook of Global Bioethics، Springer Reference، pp. 269- 291

.Kieran، Matthew (1999). Media Ethics. Praeger، Westport، Connecticut London

[1]- Ibid.، pp.269270-

National Association for Science Writers (2014). Code of Ethics for Science Writers. In https://www.nasw.org/code-ethics-science-writers. 18 تم الدخول بتاريخ 2017 - 12 – .

Shakuntala Rao and Herman Wasserman (2007). Global Media Ethics Revisited. A postcolonial critique. in Global Media and Communication [17423:1(2007)7665-] Volume 3 (1): 29 -50. In http://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/ 1742766507074358 2017 - 12 – 17 تم الدخول بتاريخ

Tehranian، M. (April 1، 2002) Peace Journalism: Negotiating Global Media Ethics. In The International Journal of Press/Politics. In Journals.Sagepub.com/doi/ abs/10.11771081180/x0200700205. 2017 – 12 – 17 تم الدخول بتاريخ

Ward، S. Global Media Ethics. Center for Journalism Ethics. School for Journalism and Mass Communication. University of Wisconsin-Madison. In https://ethics. journalism.wisc.edu/resources/global-media-ethics/ تم الدخول بتاريخ 17 – -12 2017.

التوسُّط موضع خلاف
تأويلات المفهوم

جان دافالون Jean Davallon [*]

تكمن أهمية هذه المقالة في السياق الذي اختاره الباحث لتظهير الإشكالية المفهومية والاصطلاحية لكلمة "التوسط"، فهو يبيّن أن هذه الكلمة كانت ذات معانٍ ودلالات مختلفة عما هي عليه اليوم عندما ارتبطت بالعالم الافتراضي.

هنا معالجة تحليلية لمفردة التوسّط داخل الحقل الميديائي، حيث عمد الباحث إلى فتح خطوط تأويلية متعددة الاتجاهات لمقاربة الإشكالية.

المحرر

لو ركّز الباحثون في علوم الإعلام والاتصال، ولو قليلاً، على كلمة «توسّط»، فسيظهر على الفور مباشرة الحضور القوي، لهذه الكلمة في مفرداتهم. هذا الحضور يأخذ تارة، شكل استخدام بسيط للكلمة في معناها الشائع، وتارة شكل استخدام مخصوص، ليدلّ على مساقٍ متميّز بحضور طرف ثالث، وطوراً أخيراً، محاولة تعريف نظري للكلمة. نقترح هنا، اعتبار هذه الاستخدامات المختلفة، علامة انبثاق طريقة جديدة للتفكّر بالاتصال. ومن المؤكد أن هؤلاء الباحثين، رجعوا بقوة الى تعريف فلسفي للتوسّط، ولكن الإضاءة، التي يحملها التفحّص نفسه لهذه المرجعية، يدل بشكل

---

*ـ عالِم اجتماع فرنسي، أستاذ فخري في قسم علوم الإعلام والاتصال في جامعة "أفينيون" **Avignon**.
Université d'Avignon et des Pays de Vaucluse Laboratoire "Culture et communication" (Recherche sur (les institutions et les publics de la culture,ÉA n3151

ـ العنوان الأصلي للمقال: **La mediation: la communication en procés?**.

ـ ترجمة: صلاح العبد الله ـ مراجعة: كريم عبد الرحمن.

خاص، على أنه إلى جانب التعريفات التقليدية للاتصال، كنقل للمعلومات أو كتفاعل اجتماعي، ينشئ معنى ثالث، يركِّز الاهتمام على البعد الإعلامي الخاص.

لقد عرف تصوّر «التوسّط»، خلال السنوات العشر الأخيرة، غنىً لا سابق له. فبعض استخداماته هي، بكل وضوح، بعيدة كثيراً عن أي تفكير حول الموقع العلمي للكلمة. فاذا ما تكلمنا على وسيط الجمهورية أو أيضاً على نظام التوسّط القضائي، فهل ثمة ما هو مشترك بينهما، وبين التوسّط الثقافي مثلاً؟

إن الوسائط الأولى هي: سلطات منظمة اجتماعية بين أشخاص في حالة خصومة، أو من لديهم مصالح متباينة ـ سلطات بوضعية ثالثة ـ هي في آن حيادية، وتحظى بسلطة ويرتكز تأثيرها في إمكانية إيجاد تفاهم بين الأطراف المتنازعة، آملة أن تسمح لهم بالخروج من وضعية النزاع. لا شيء من ذلك في التوسّط الثقافي. ليس ثمة أية وضعية نزاع، ثمة فقط غياب ومسافة. أمّا بالنسبة لوجود طرف ثالث، يُدْرَكُ عموماً كأحد المعطيات المكوّنة للتوسّط، فهل في ذلك ما يكفي ليسمح بتعريفه؟

لنتوقف عند التوسّط الثقافي.إنه يمكن بالتأكيد. إن يُعرّف وظيفياً: هو يهدف إلى إصال جمهور إلى أعمال ثقافية (أو معارف). ويرتكز تأثيره في إقامة مساحة مشتركة، بين هذين العالمين الغريب واحدهما عن الآخر(عالم الجمهور وعالم الموضوع الثقافي)، هادفاً بدقة تملّك الأول للثاني. وفي المجال التطبيقي لا، يقل اشتماله على أشياء مختلفة، كالاختلاف الوظيفي للوسائط (المتحف أو التراث على سبيل المثال)، شكل تأثير ثقافي مقابل تنشيط ثقافي، إقامة علاقة بالفن، تصوّر وإنجاز منظمات وأعمال فنية، بغية عرض الفن على الجمهور، وشرحه الخ. إننا ندرك ذلك، فما أن يُعاد وضع التعريف في سياقه، حتى يتحدَد موقعه، وما إن يظهر مقتدراً على فعل مصالحة حتى ينفطر، ليدل على حقائق جدّ مختلفة. إن مثل هذا التنافر يُترك لمن لا يحلمون كثيراً: ما جعلني أعترف أنني بقيت مدة طويلة مرتاباً – كي لا أقول بصراحة حذراً – حيال فكرة تقدّمُ السهولة، في تصنيف ظاهرات وأعمال أو أشياء، ولكن تعرض عيب التهرّب، ما إن يُفهم تعريفه كمفهوم إجرائي – أي أن يسمح في الواقع، بالتصنيف من دون إعطاء إمكانية الوصف أو التعريف من أين يأتي غناه الراهن في علوم الإعلام والتواصل؟ ماذا يمكن أن تكون عليه منفعته وفائدته العلمية؟ إننا نستطيع بالتأكيد، أن نرى في ذلك، فعل تمرين، أو طريقة ذات علاقة جزئية، مع تطور استخدام الكلمة في المجتمع. ونستطيع في المقابل، أن نحاول تقييم المفهوم أو تأسيسه.

المسعى الذي سأتبعه هنا، سيكون أكثر قرباً، من الأسئلة التي تواجه الباحث، بشكل محسوس،

إذا ما وُجِه بحقيقة استخدام أو عدم استخدام هذه الفكرة. ستكون نقطة انطلاقي، القرار الذي اتخذته باللجوء الى هذه الكلمة، للدلالة على العملية الرمزية، لإنشاء علاقة بين عالم الزائر، وعالم العلم، من خلال عرض العلم (دفالون Davallon 1988 مذكور من خلال 75 :1999a ملحوظة 52) مُترافقاً في مرحلة ثانية، بقرار توسيع استخدامه حتى البعد الرمزي للعمل الإعلامي للعرض (دفالون 1999a: المقدمة: 2003)[1].

ولكن، بما أن غرضي، ليس الدفاع أبداً، ولا إيضاح هذا القرار، سأبدأ بتفحّص الاستخدامات الراهنة لهذه الفكرة، في منشورات علوم الإعلام والتواصل. والرهان هو في الحقيقة، محاولة فهم، فيما يتعدى السؤال البسيط، للإطار النظري، الذي يؤسس ملاءمته وصلاحيته، ما يبدو لي أنه انبثاق مفهوم جديد لوقائع التواصل.

الاستعانة بالتوسط

إن تفحّص مجموعة كتابات، في علوم الإعلام والتواصل، يسمح بتمييز ثلاثة نماذج من استخدامات كلمة توسّط[2]، سواء عاد إليها المؤلفون بطريقة عرضية، أو استخدموها مفهوماً إجرائياً، أو خصّصوا لها قسماً من مؤلفهم بغية إعطائها تعريفاً:

أ- الاستخدام الأول: الشائع

تؤخذ الكلمة، في هذا الاستخدام، بين المعنى الشائع والمعنى العلمي. وعلى أيّ حال، فمن المفترض، أن يكون هذا المعنى، معرّفاً في مكان آخر من قبل.

إن معنى التوسط الشائع (الذي هو أيضا المعنى الأول للكلمة)، المقدر له، أن يصالح أطرافاً متخاصمة، يفترض مسبقاً نزاعاً، ويحتوي فكرة تصالح أو إعادة تصالح، هو نسبياً، قليل الحضور في الأدب العلمي لعلوم الإعلام والتواصل، باستثناء الحالة التي يكون فيها، مسألة إجراءات توسّط (في

---

[1] - أُدرج القرار الأول في إطار نظري، هدف مقاربة المساق الرمزي الحاضر، في أية وسيلة إعلامية (أنظر مثلاً دفالون 1993، 1999b) ضد مقولة نزع رمزية مجتمعنا. والثاني في مشروع دراسة عمل البعد الرمزي نفسه للإعلام واللعب بين داخل وخارج الجهاز الإعلامي (الذي أسميته في مقدمة **L'exposition à L'oeuvre**، براغماتية الجهاز) هذا الاستخدام لمفهوم التوسط، يندرج هكذا (بعد المفهوم الرمزي في مقابل إنتاج أنساق الإشاده **Sémiotisation**، والتواصل أو الاستراتيجية (**V.g Davallon 1993, 1999b**.

[2] - تتألف مجموعة الأفراد الاولى، التي تم تفحصها من تواصلاتهم في المؤتمرات الأربعة الأخيرة لـ SESIC. أما المؤلفات الأخرى، التي أُحتُفظ بها (قرارات، مجلات، مؤلفات فردية ومؤلفات مشتركة) فقد كانت دون أي معيار تصنيفي أو بالحري بحسب القراءات التي تمت لضَرورات البحث والتعليم. وهذا يعني أن ثمة بحثاً استكشافياً كلياً. مع ذلك، ينبغي توضيح أن إحصاء المعاني المختلفة، أظهر إشباعاً محدوداً نسبياً في المدوّنة. (لأنه ظهر منها القليل، إذا ما عدنا من القرارات الأخيرة، الى الأكثر قدماً) وكما سنرى، أن ثمة تركيزاً في استخدام الكلمة، في المؤلفات التي تستخدم بطريقة صريحة هذه الفكرة. وتجدر الإشارة أيضاً، إلى أن الأمثلة المذكورة، في هذا النص، لا تأخذ في الحسبان مجموعة التوافقات، إنما لها فقط قيمة إدراجها.

المنظمات مثلاً)، أونشاطاً مهنياً[1].

وفي الواقع، إن الاستخدام الأكثر شيوعاً، يتوافق مع المعنى الشائع الثاني (المعنى الثانوي): معنى فعل استخدامه كوسيط أو أن يكون ما يستخدم كوسيط، مع فكرة أن هذا الفعل، لا يقيم علاقة بسيطة، أو تفاعلاً بين كلمتين من ذات المستوى، ولكنه مولّد لشيء إضافي، مثلاً لحالة أكثر إرضاء. وسأعطي مثلاً مستلاً من «يوطوبيا التواصل لبروتون 1997: 137 – 139» يتناول «وظيفة التوسط» لوسائل الإعلام والتواصل «لقد تمّ ابتكارها لمساعدة الناس، على التواصل بشكل أفضل، فيما بينها، إنها الجواب على وعينا العميق للانفصال المجتمعي، وعلى تباعد بعضهم عن بعضهم الآخر، مقروناً بعطش التقارب»، إنه دور التوسط الذي يسهّل التواصل، والمقدَّر له أن يساعد، على الانتقال الى حالة أفضل. فالصحافي الذي في هذا السياق، يعرض ويناقش خطاب الآخر (ما قاله أحدهم في مقابلة على سبيل المثال) هو «وسيط» يمتلك صفة التوسط، بين الشخص والجمهور، والأمر يمكنأان يتحوّل، بحسب ما يمكن أن يقوله هذا الشخص (ص 143). إننا إذاً، إزاء إحالة مضمرة إلى مفهوم تقليدي للصحافي بوصفه وسيطاً.

مثل آخر للإحالة المضمرة: المثل الذي يرد في «مجتمع التواطؤ» (La société de Connivence Beaud, 1984). حيث يكون استخدام الكلمة نادراً، باعتبار ما يبعث العنوان الفرعي على الفهم (Media, mediation et classes sociales) (وسائل الإعلام، التوسط والطبقات الاجتماعية). ولكن الكلمة تبقى معرّفة قليلاً، باستثناء الحالة، التي يكون فيها الكلام على «الوسطاء الجدد» «طبقة المثقفين الجديدة»، الذين يشاركون في عمل وسائل الإعلام (ص 313-298)[2].

الحقيقة الدامغة لهذا النمط من الاستخدام هو أنه يحيل على نص جواني، يُفترض أن يجد فيه القارئ تعريفاً للتوسط – وينبغي إضافة - أن من المفترض أنه يعرفه. وعليه سنراه في الحال، ومثل هذا النص الجواني، هو حتى هذه اللحظة محدود.

[1] - ثمة حالة مهمة لهذا الاستخدام، هي الرجوع الى هذا المعنى، لتعريف توسطات الكتاب (1999Lecture9,). ويحدد المؤلف أنه لا يوجد نزاع في هذه الحالة. ويمكن مع ذلك أن نلاحظ في هذا الصدد أن فكرة الانقطاع والتفاوت تظلّ دائما حاضرة في خلفية كل تعريفات التوسط.

[2] - على القارئ أن يحدد الفرضية (ولكن لا شيء يدعوه لذلك مباشرة) أن بمقدار ما تكون وسائل الإعلام، مقاربة كتقنيات رمزية (ص sq 289) تسهم بمساقات التوسط. ونستطيع إذاً (ربما) الذهاب حتى تفسير الكلمات الأخيرة للخلاصة كمعلنة مفهوماً للتوسط المجتمعي، صنعته وسائل الإعلام: «وسائل الإعلام هي اليوم، كما البارحة المدرسة، أحد الأمكنة الأساسية، حيث السلطة الاجتماعية محسوسة بالكلام، وبالرمز، وتعريفها الخاص للإجتماعي الذي تصرح به: بدورها كوسيط والمعارف التي يعطيها المجتمع من تلقاء ذاته، تعود إليه كما التصورات تعود إليهما وتصبح جزءاً من الحقيقة، وتسهم في تغييرها(ص 333).

ب- ضرورة التوسط: استخدام إجرائي.

بعض فروع الأبحاث، يستخدم فكرة التوسط، بوصفه مفهوماً إجرائياً ليدل مساقاً مخصوصاً أو يصفه أو يحلله، مما يستدعي اقتراحات للتعريف، تبدو مع ذلك، متغيِّرة كثيراً من فرع لآخر.

لنبدأ بالتحقق، من هذه الفروع المختلفة، الأول ما يمكن تسميته بـ «التوسّط الإعلامي» للدلالة على العمل، داخل وسائل الإعلام، التي على نقيض «نشر الإعلام»، تضع الصحافي في وضعية الطرف الثالث، الوسيط. هذا الأخير يستمد شرعيته، من انتمائه الى حقل مختلف، عن أولئك الذين «يذيعون» المعلومات، أو المواضيع التي يروجون لها. وظيفة الوسيط هذه، تستدعي بداهة، مجموعة من الإجراءات المخصوصة كتابة أو تمثيلاً[1]. هذا الاعتراف بوظيفة الفاعل الاجتماعي، يوجد في فروع أخرى من الأبحاث، خاصة في التوسط في علم التربية والتوسط الثقافي.

في التوسط في علم التربية، وضعية المدرب كوسيط - وهي أيضا وضعية طرف ثالث – تستوجب بالتأكيد، عنصراً علائقياً، وتنطوي أيضاً على تنظيم التفاعلات التربوية، لتكون علاقة متعلِّم – معرفة فعّالة، وتحقق العملية التعليمية (V.g Fichey & Combes, 1996). هل ينبغي لوضعية الطرف الثالث، أن يؤمنها مدربون فقط، أو يمكن أن تتحقق أيضا بأجهزة تقنية يستخدمها المدربون؟ هذا السؤال يبدو جوهرياً، لأنه ينطوي في خلفيته، على سؤال معرفة كيف والى أي مدى، يمكن لهذا التوسط أن يكون موضوع تصنيع (Moeglin 1988)[2].

في التوسط الثقافي، تحضر بقوة، المقاربة المزدوجة للوسطاء والتوسّط. وليس بعيداً عن ذلك أنها تُحيل على حقلين مرجعيين، لا يُستوفيان إلاّ جزئياً. والكلام عن الوسطاء، هو عموماً، اتخاذ مهنيي التوسط كمرجعية (على سبيل المثال التوسط المتحفي، أو التراثي، في الحدود التي يعتبر فيها هذا القطاع المهني، أحد القطاعات الأكثر تطوراً). وبالمقابل، كما سنرى في النقطة الأخرى بتفصيل أكثر، فإن التوسط الثقافي، الجمالي كما توسط الثقافات والمعارف الخ. يغطي حقلاً

[1] - انظر مثلاً **Christine Croquet** عن نقد السينما (1998) أو **Soulez** عن التقديم التلفزيوني كوساطة (1998). مقال الاولى مرجعيته **Neveu et Rieffel(1991**) من أجل مقاربة الصحافي كوسيط، ومن جهة أخرى، من المحتمل أن يكون **Breton** اتخذ مرجعية هذه المقاربة (1997) ويمكن أيضاً أن نعتبر أن، هذه الوساطة تقترح هكذا لقاء بين عالمين وتسهم بهذا العمل بتحضير مشترك للتقديمات (**Gellereau 1998:99**). ولكن هي بالحري أقرب الى تصور التوسط الثقافي. ينبغي التنويه هنا بنظرية السرد الإعلامي، الذي يستخدم كلمة وساطة ولكن بالمعنى الذي أعطاه إياه (**V.g.dubeid 2001) Ricoeur**

[2] - التعارض بين التوسط من خلال الصحافي، ونشر الإعلام، لا يكون دون ذكر التعارض بين التوسط في علم التربية الإنساني، والتوسط التقني للمعارف، الذي يميز تصنيع هذين الأخيرين. ونشير الى أنه يوجد أدب مهم، حول البعد التربوي الخالص، للتوسط في علوم التربية لم يؤخذ بالحسبان هنا.

أوسع بكثير، وهو غالباً مقاربة نظرية الى حدٍ بعيد، وهي تُغرق مراجعها في نظريات، كما على سبيل المثال، نظرية الفضاء الجمهور (Allard Chamial 1988). و»الطرف الثالث المرمِّز». (Dalage pY – Debruyne Voandiedone 2002) وأيضاً نظرية «الترجمة» بحسب معنى لاتور Latour Caillet 1955b.[1] وسنلحظ أن توسط المعارف، تشكل حقلاً شبه مخصوص، يرجع من ناحية إلى توسط المعلومات، ومن ناحية أخرى إلى الخصائص الاجتماعية أو سيميائية التواصل Thomas 1999) بحث في التواصل 13و4) [2].

سأجمع بطيب خاطر، مجموعة استخدامات أخرى، لمفردة توسط تحت فئة - هي واسعة قليلاً بالتأكيد، ولكنها محددة كفاية- في التوسط المؤسساتي. هذه الاستخدامات تُحال، إما على تصوّر سياسي[3] وإما على مقاربة سوسيولوجية. وحينما يتكلم ماتيلار Mattelart في التواصل – عالم، عن التوسطات، فإن الكلمة تتخذ مرجعية من مساق بناء الهيمنة (من التوافق)، بحسب غرامشي. وهذا المساق تتم إذ ذاك مراقبته، من خلال التقاء الثقافات أو التنوع والتعقيد الثقافيين (V.g.: Mattelart, 1993 88.273). ويبدو أننا نكتشف هنا، توضيحاً للبعد السياسي للتوسّط، الذي سيكون لنا عودة إليه. أما المقاربة السوسيولوجية فانها توجد بالأحرى، مع التوسط الاجتماعي، الذي يشكل الميدان الرئيس للتوسطات المؤسساتية: ويكون ذلك عموماً لمناقشة «تأثير» التقانات الحديثة، إما في مكان العمل [4](Durampart, 1998) وإما من خلال شبكات التواصل الاجتماعي (Millet – Fourrier 1998).

ثمة استخدام أخير، يتميّز من الاستخدامات الأولى فيما لو رُبط بها. وهو يخص تحليل استخدامات التقانات. وحد التوسط، يستخدمه للتهرّب من الحتمية المزدوجة، الاجتماعية والتقنية: التوسط تقني «لأن، الاداة المستخدمة، تُبنين التطبيق» واجتماعي، «لأن الدوافع، أشكال

[1] - نجد في الواقع، لدى هذا المؤلف التفسيرين: في مقاربة المتحف، التوسّط الثقافي (Caillet 1995a) يشدِّد على البعد العملي وعلى الوسيط، حيث التوسط، هو ما يقوم به الوسيط (ويتمّ تصوّه حينئذ «كمعبر» بين عالمين، «مرافقة» للزائر بغية إيصاله للأعمال الفنية، أو إلى المعرفة المعروضة في المتحق، ومراكز الفن أو المواقع التراثية). ففي المقالة (195b)، ليس المقصود وضع الزائر والعمل الفني على علاقة، ولعب دور الوسيط بين قطبين، وإنما العبور من مستوى إلى مستوى أعلى، مفترضين في آن، انتقالاً وخلقاً لشيء جديد، ينطوي على إنتاج حالة جديدة (مواقف المؤلفين، والموضوعات والخطابات الخ).

[2] - لنشر للتذكر أن المعنى الذي يعطيه علماء الاقتصاد لحد التوسط الثقافي «هو إنشاء الشهرة التي تنطبق مع النتيجة الأصلية لموضوع الإبداع وتحويله إلى سلعة تجارية». (Rouget & Sagot Duvauroux 1996: 13)

[3] - ويمكن أيضاً، أن نضع في هذه الفئة استخدام تعبير مثل «وساطة مدينية "mediation Ciloyene" (Natali & Rasse 1998" الذي يعني في الواقع، بعداً للتوسط الثقافي.

[4] - يدخل المؤلف، على سبيل المثال، تمييزاً بين التوسط التقاني والتوسط التقني ليقارب البعد المؤسساتي. وقد ناقش برنارر فلوري Bernard Floris فكرة التوسط الاجتماعي، في مقال سأعود إليه لاحقاً(Floris 1995). وهو مثل آخر يناقش إدارة النزاعات: (Deliège(2000.

الاستخدام والمعنى المعُطى للتطبيق، يعود الى التدفق في الجسم الاجتماعي، كما يشير على سبيل المثال جوزيان جوّي Josiane Joeut. وتبدو إذاً فكرة التوسط، في هذه الحالة، تشير الى عمليات - كما إلى تأثيراتها - تقننة Techmicisation مساق التواصل (توسط تقني)، وفي آن، إلى تدخل البعد الذاتي، في تطبيقات التواصل (توسط اجتماعي).

إن ضمَّ استخدامات التوسط في خمس فئات، يدفع الى التفكير، أن لكل قطاع من البحث، استخدامه الخاص، بل تعريفه الخاص ـ للتوسط. ومن دون شرح واقع الحال، من الصعوبة بمكان، تحديد ما سأعود اليه لاحقاً للقول إن الرجوع الى هذه الفكرة هو حاضر جداً في بعض القطاعات، وعملياً غائب كلياً، عن القطاعات الأخرى. وتفحّص هذه المدونة الاستكشافية، حتى الآن، يعطي معلومات خصوصاً، حول أهمية العنصر الثالث، الذي يتأكد حضوره، كعلامة مميزة للتوسط. وإذا تغير كثيراً شكل هذا التوسط بين مؤلف وآخر، فبالمقابل، تأثير هذا العنصر يبدو ممتلكاً أربع خصائص: الأولى، هذا الفعل يمارس دائماً، الى حد ما، «تأثيراً» في مُتلقي التواصل: سيصل، يُعلم، ويمر الخ وفضلاً عن ذلك، فإن هذا الفعل مقوَّم: إنه مستفيد، محترم، ومقدرة قيمته كذات وليس كأداة؛ والثانية، الموضوع، الفاعل أو وضعية الإنطلاق تخضع لتغيير، من حقيقة أنه مندمج في سياق آخر. مثلاً، الموضوع التقني، موضوعاً، في سياق استخدام، يعمل على نحو مختلف، عن صنيع التوسط، حتى لو لم يتحول مما هو عليه. وهذه ظاهرة مشابهة للعمل الفني والمعرفة.

والخاصية الثالثة، إن مُشغِّل الفعل (العنصر الثالث كونه وسيطاً)، هو بالتأكيد تارة فعل إنساني، وتارةً أخرى فعل موضوعي بشكل جهاز، وطوراً الاثنان معاً، ولكن مهما يكن من أمر، ثمة على الدوام تقريباً، جدل حول شكله وطبيعته. والخاصية الرابعة، هي أن فعل العنصر الثالث ذو تأثير دائم على المحيط (وفي الأغلب المحيط الاجتماعي) حيث موقعه.

وعليه فإن أول معاينة نجريها، هي أن فكرة التوسط تستدعي تحوّلاً للوضعية أو للجهاز التواصلي، في كل مرة، يكون فيها حاجة لوصف فعل، وليس مجرّد تفاعل، بين عناصر، قد تشكلّت من قبل، ومن دون ذلك أيضاً، انتقال عنصر من قطب إلى قطب، وهكذا سأعرض فرضية، أن ثمة رجوعاً للتوسط، حالما يكون ثمة فشل، أو عدم تكيّف لتصورات التواصل العادية، التواصل كنقل للمعلومات، والتواصل كتفاعل، بين عنصرين من المجتمع. ومع هذا الرجوع ينتقل أصل الفعل، من الفاعل المرسِل، أو من ما بين الفاعلين الى فاعل ثالث: ثمة تواصل من خلال عملية الطرف الثالث، والمسألة الجوهرية هي إذاً طبيعية الطرف الثالث، الخلافات الملاحظة هي خلافات في

الشكل أو في الطبيعة؟ يبدو أن في حقيقة ذلك تتباعد المقاربات.

ج- نحو تعريف نظري للتوسط؟

لنرَ إذاً واقع الحال، من جانب المؤلفين، الذين يقترحون تعريفاً صريحاً. أو أكثر للتوسط. إننا نلاحظ بادئ الأمر، أن إرادة تعريف التوسط، من وجهة نظر نظرية، (وحتى علمية) هي تعدٍ مخصوص على حقل علوم المعلومات والتواصل.

ثمة أربعة مؤلفين تم ذكرهم بشكل عام، ويعتبرون مراجع، اثنان منهم، لديهما على الأقل كهدف مُعلَن، نظرية في التوسط (Bernard Lamiset et Jean Caune) والاثنان الآخران بإعطائهما بنظريتهما مكانة مركزية كلياً للتوسط، ما قادهما لإنتاج تعريف، ومقاربة واضحة الى حدٍ كافٍ، ومفصّلة.(Louis Queré et Antoine Hennion).

إننا نجد في «أمكنة التواصل»، العرض الذي يسمح، بأن نفهم بمزيد من الوضوح، المكانة التي أُعطيت للتوسط، في النسق النظري، الذي اقترحه برنار لاميزيت[1](1992). المعنى الذي أعطي لهذه الفكرة، لا يُضبط خارج قراءة ومقاربة، لمجمل هذا النسق النظري. تلك هي، على سبيل المثال، حالة علاقة التوسط، مع التواصل الذي يذهب المذهب نفسه، مع سلسلة اعتراضات (أو تمايزات) بين تواصل ما بين - ذاتي وتواصل من خلال الإعلام (تؤمنه إحدى سائل التواصل)، والفضاء الرمزي أو الفضاء العام الخ... هذه السلسلة، التي ترتكز بذاتها على التمايز، بين شكلين من الكلام، الكلام الذي «يعلن في الفضاء الخاص حيث يعيش أشخاص متميزون ويتخاطبون» (LAMIZET, 1992:187). «والكلام الذي يعلن في الفضاء العام، وهذا هو التوسط. « إن تعريف التوسط «كمرافعة» يسجل إذاً في مقاربة ميتا – نظرية تتكون بين قطبي اللغة والسياسة. وهكذا فإن التوسطات (التوسطات الرمزية للغة، توسطات التواصل في الفضاء العام والتوسطات المؤسساتية للإستراتيجيات الاجتماعية) تؤمن جدلية المفرد والجمعي. وإذا ما تساءلنا في هذه الشروط، ماذا يمكن أن تكون عليه، طبيعة الطرف الثالث، فإن الجواب يقودنا في آن، إلى الانعكاسية وإلى الإنابة[2]. وما يبدو في مصدر الطرف الثالث، هو بالفعل، من ناحية تضاعف الذات في صورتها

[1] - يمكن أيضاً، استيضاح مقال «التوسط»، للاميزيت وسيلم (1997) الذي يقترح توليفة، حول الفكرة، تبدأ على النحو الآتي: «مرافعة توفر في التواصل والحياة الاجتماعية تمفصل الفرد وخصوصيته والبعد الجماعي للألفة الاجتماعية والرابط الاجتماعي».

[2] - الطرف الثالث هو ما يجب أن ينوب في التواصل ما بين – ذاتي. هذه الإنابة في شكلها الأكثر بساطة هي الضمائر الشخصية في فضاء التواصل ما بين – ذاتي، يمكن أيضاً أن تسمح في شكلها المؤسساتي باتفاق يلتزم به الأفراد كما يشرح المؤلف. مذ ذاك «التواصل الاجتماعي، يقدم نفسه، كموضوع تفكر الجدلية، بين النسق الاجتماعي والأفراد الذين يلتزمون بتوسط استخدام الرمزي في العلاقات الاجتماعية (ص 212).

ومن ناحية أخرى تضاعف الاجتماعي في الاتفاق السياسي[1].

يتبنى Jean Caune في «من أجل أخلاق للتوسط» pour une éthique de la mediation وضعية، هي تقريباً، متعارضة في النقاط كلها، مع وضعية Bernard lamizet: لإنشاء مفهوم التوسط، يقترح تفحص المقاربات الثلاث المعتادة (أي استخدامات سوسيوبوليتيك، ومقاربات نظرية للحد، ومقاربات التطبيقات الاجتماعية التي يدل عليها هذا الحد). وهو ينطلق من أشكال التوسط، التي ميزت السياسات الثقافية الفرنسية، منذ بداية الجمهورية الخامسة «توسط بالتماس» (ستينيات القرن الماضي)، المرتكزة على المشاركة المباشرة، مع المؤلفات «التوسط بالتعبير» "mediation par l"expression" (سبعينيات القرن الماضي)، الموسومة بالانخراط في التطبيقات الفنية "mediation par médiatistion de lart" (ثمانينيات القرن الماضي). معطية الأفضلية، لسياسات علاقات عامة، وبث تجاري. ومن خلال تفحّص نماذج التوسط المذكورة، تمّ التعريف على المستوى التقني، والتاريخي والمفهومي، بحسب منظور براغماتي وبالحضور المشترك لـ «قصدية المرء، لبناء علاقة ما بين – ذاتية». و"un support expressif et symbolique «مستند معبّر ورمزي» و»وضعية إعلان:"situation d'enonciation" أي «إطار حسي فيزيائي واجتماعي» .(caime 1999:210)

هذه المقاربة التي إحدى نقاط انطلاقها هي الأخذ بالاعتبار، «الطلب الاجتماعي للتوسط»، تؤدي الى اقتراح «استبدال فكرة التوسط الجمالي، بمنظور وجودي للفن» (ص 241). ومن وجهة النظر التي تشغلنا (طبيعة الطرف الثالث) من الضروري، أن ننظر لا من جهة ما هو مقترح في النهاية، ولكن بالأحرى، ما يعزّز هذا التصور للتوسط. وعليه فإننا نجد الإجابة في مؤلف سابق (Caune 1995) حيث يشرح أن الثقافة هي توسط فيما تحقق علاقةً «بين جلاء manifestation التعبير، وفرد وعالم مرجعي (مما يعطي وجهة نظر أخرى للتعريف بحسب الشروط الثلاثة المذكورة سابقاً). ولهذا، فالتعريف يرتكز على الوظيفة الرمزية، كما يعرفها كاسيرر Cassirer كتوسط بيننا وبين الواقعي. مذ ذاك «الرمز يفتح على شيء آخر، غير ذاته، من خلال التوسط الذي يحققه،

[1] - ولكن في نهاية المطاف، إذا عدنا أدراجنا، من تضاعف الذات (مع مرجعية مرحلة مرآة لاكان **Lacan**) الى اتفاق (**Le foedus**) الذي هو في آن عقد، التزام وتأسيس(، فإذ اللغة تبدو مستخدمة كقالب - إنها «حيادي التواصل» (ص 9) محيلة كل أشكال النزعة الاجتماعية **socialite** الى إلفة اجتماعية **sociabilité**(الرابط هو سياسي لأنه توافقي) ونمطه هو ما بين – ذاتية، يجد أساسه في تصورات الفرد. والنتيجة هي برأيي مغامرة الانمحاء – كي لا نقول سقوط الحق لتقادمه، لنبقى في مجاز التحليل النفسي – والاجتماعي ومادية وسائل الإعلام في كل ما يمكن، أن تمتلكه من منشئ لبنيتها. وهذه نتيجة ترجع الى تصالب مصطلح المثولية الموروث، من الألسنية ومن انبثاق الوعي، من البحث عن التعريف **spécularité**.

أنه يفتح ممرا».(Caune 1995:70) إن هذا التصور للرمز كطرف ثالث (ينطلق من المحسوس ليصل الى مدلول لا يُدرك) يؤسس مقاربة عمل الثقافة كتوسط، على نمط «استبدال دائري للحدود الثلاثة(الجلاء manifestation كحقيقة محسوسة، الفرد الذي يعيش، أو يحدث الجلاء: الإطار الثقافي والاجتماعي الذي يأخذ الجلاء فيه معنى[1](ص 87).

في مؤلف قديم «مرايا ملتبسة» des miroirs équivoques انتقد «لويس كيري»Louis Quéré المقاربات الوضعية للتواصل الاجتماعي، الذي يتميز باستبعاد الطبيعة الرمزية للتبادل الاجتماعي، ويقترح تصويب «العمل» الاجتماعي لوسائل الإعلام، انطلاقاً من حالة، أن «التبادل الاجتماعي، هو تفاعل بين أفراد، تنقله وسائل الإعلام، من خلال ما هو رمزي[2]" "Quéré, 1982:29. التواصل الاجتماعي كما هو مفهوم، ينطوي على استخدام التوسطات الرمزية، أي «إنتاج هوية مع تأكيده، على اختلاف بين المتحاورين» (ص 46). والمؤلف هو على وضعية وسيطة، بين وضعية Bernard Lamizet ووضعية Jean Caune، إذ ينطلق من مقاربة تاريخية وميتا – نظرية، ليحاول فهم التوسطات الرمزية الحاضرة في وسائل الإعلام، إلى جانب التوسطات التقنية. التحليل يعالج في الواقع، تغيير إرساء الموضوعية للتوسط الرمزي المداخل في مجتمعنا[3]. هذا الإرساء للموضوعية، يتوق الى أن تُقام استراتيجيات وتقانات[4]، على وسائل وأدوات تقنية، ما يثير في الحال سؤالاً (أثاره المؤلف

[1] - ما يأتي، فيما يتعدى حوار موقع الرمزي، قد يستدعي تشبيها محدداً مع مقولة **Bernard Lamizet**: «لا يمكن أن تفهم الظاهرة الثقافية إلا من خلال حركة دائرية يقترن فيها جلاء محسوس يقدّر كتعبير، ومجتمع يتخرجن تحت شكل رمزي وفرد مُعبرَّ عنه. وفي الواقع ينشئ الفرد هويته في الحقل الثقافي من خلال الظاهرة المعبرة. والجلاء لا يأخذ معنى إلا من خلال عدد من الظروف التي تشكل السياق الثقافي التي يتفتح داخلها. وبالجلاء الذي يعيشه الفرد، يعبر المجتمع عن نفسه رمزياً. سنتكلم على العمل الثلاثي للثقافة تحديداً، لأن العلاقة بين اثنين من الحدود الثلاثة (جلاء، فرد، مجتمع) لا يمكن فهمها دون حضور الحد الثالث». (**88-Caume 1995:87**)

[2] - ملحوظة دقيقة ذلك أن حد «تفاعل» فُهم بمعنى **G.H.Mead** وله أربع مزايا للتوسط الاجتماعي، تسمح بالقبض على فرادتها.**1)** هذا التواصل الاجتماعي يرتكز على الانعكاسية **reflexivité** (الملازمة للتبادل الاجتماعي 2) يترجم الشكل الاجتماعي لهذه الانعكاسية بحقيقة أن التعارف المتبادل يؤدي الى وفاق. فحالما يتوصل الأفراد إلى فهم متبادل، يحققون اتفاقا يحدث جماعة تحقق موضوعيتها في خارج ما بين – ذاتي 3) يفترض التبادل مساقاً لبيان بشكل طرف ثالث مرمّز، أي «القطب الخارجي الحيادي لا هو مع (للأول) ولا مع (الثاني). ويحتل موقع المرجع الممكن الأول والثاني، «الأقران في اختلافها» (ص 33). هذا الطرف الثالث يتشكل من أنماط ثقافية (قواعد تبليغ، ألعاب أدوار، ضوابط أفعال، ترسيمة إدراك وتصنيف، ونصوص إرساء الموضوعية وكفلاء ميتا – اجتماعية في خارج حيث يلتقي: نصوص تذكر بمعلومات وتجارب، خطابات معيارية وتفسيرية للاجتماعي)، رابعا. هذا الإرساء للموضوعية يتم بواسطة نصوص توسط محددة تاريخياً – حيث الإعلام، يؤمن في المجتمع الحديث، إدارة الطرف الثالث مرمّزاً (خاصاً لمجتمع «تاريخي» (ص 42-43).

[3] - إذ نقول إرساء موضوعية التوسط الرمزي، يجب أن نفهم من ذلك «انعكاس غيرته»، «إنشاء مكان آخر، يلحظ ما هو خارج الاجتماعي، بما هو عليه» أي فضاء عام (وبكلام آخر أيضاً جهاز توسط رمزي). «الهوية والرابط الاجتماعي، هما هكذا، مضافات **Corrélitifs**، قضية تباعد المجتمع عن ذاته، ومن خلالها يصبح المجتمع مرئياً لأفراده» (ص 84-85).

[4] - قضية إرساء موضوعية التوسط الرمزي، لم يعد يتحقق على طريقة الرأي العام، وإنما على طريقة النزعة العلمية **Scientificité** «وهو يرتكز بعد ذلك على ثلاثة مرتكزات: وسائل وأدوات تقنية (سمعية بصرية مثلاً)، وعلى استراتيجيات يتطلب نجاحها، السيطرة على قواعد الخيار العقلاني، ومعرفة تحليلية تسمح بتوقعات مشروطة، وعلى تقانات، أي صيغ تُعرِّف طرق التصرُّف، في إطار عمل عقلاني، بالنسبة لغاية محددة، في أي مجال كان».(ص 108).

في الخلاصة بطريقة براغماتية) النتائج الإناسية (الانتروبولوجية)، لاستبدال هذه «التوسطات التقنية(ماكينات، طرائق، إجراءات مستنبطة وقواعد عمل استراتيجي) بوسائط رمزية في ميدان التفاعل الاجتماعي (ص 179)، وحتى إن وضعنا جانباً هذا السؤال الشائك، حول العلاقة بين التوسط الرمزي، والتوسط التقني، فإننا نجهد للاعتراف، أن التوسط مرتبط مباشرة، بالفعل الرمزي للمجتمع، وبالتحديد من خلال مفهوم الطرف الثالث المرمّز.

هكذا نرى اختلافاً واضحاً، يرتسم بين المؤلفين الثلاثة السابقين، في طريقة تفكر الطرف الثالث – وبالتالي التوسط – يعود الى انطلاق الأول، من اللغة والفاعل، والثاني من مساق مؤسسة الثقافة، والثالث من انتروبولوجيا الفضاء العام. وفي المقابل، يمكن استخلاص ثلاثة ثوابت: 1)استخدام العناصر نفسها، لتعريف التوسط: ما بين - ذاتي: Intersubjectivité واللغة والسياسي 2) المبدأ الذي بمقتضاه، يكون التواصل الاجتماعي، نتيجة التوسط وليس العكس. 3) وأضيف: التوسط يبنى حول نقطة تسرّب- تُسمى ما هو خارج، حيادي وسلبي. وهي بحسب – الذين يتدخلون في مساق التواصل، من دون أن يكون للذين يسهمون فيه أي سلطة عليه. وفي الحقيقة، هذا ما تعنيه بأساليب مختلفة، صورة الطرف الثالث، التي وصفها Louis Quéré كطرف ثالث مرمِّز.

لنأت، الآن الى التعريف الرابع، تعريف أنطوان هانيون Antoine Henion في مؤلفه "la passion musicale" «الشغف الموسيقي، وعنوانه الفرعي «سوسيولوجيا التوسط»، من النظرة الأولى لا يبدو فيه، أية صورة للطرف الثالث. وهذا يعود الى حقيقة أن المقصود، هو سوسيولوجيا التوسطات، أكثر منه تفحص التوسط، بالمعنى الذي يمكن أن يفهمه المؤلفون الثلاثة السابقون. ومن جرّاء ذلك، ليست العناصر المكونة، هي نفسها تماماً. المشروع ليس مقاربة السياسي، أو الثقافة، من خلال ما بين –ذاتي. وانعكاسية التبادل الاجتماعي، الذي يؤدي الى تصورات، من خلال استخدام نص دال، والتحليل يتبنين، حول عناصر أخرى: تحديداً هذه التوسطات التقنية، أو الاجتماعية (الآلة، التوزيع، تناغم الأصوات والتسجيل) التي تأتي، لتسهم في بناء علاقة، وتواصل بين الجمهور والموسيقى. ليس مع الموسيقى بشكل عام، وإنما أنماط من الموسيقى، التي تتوافق مع طريقة خاصة، لبناء العلاقة مع طرائق مخصوصة لتعريف، واستخدام ومفصلة وتنضيد التوسطات. الأولوية إذاً أُعطيت، لفهم مساقات، بناء العلاقة بين الفن والجمهور.

ولكن، هنا أيضاً، فإن لعبة التوسطات، حتى وإن حُدِّدت، في الشبكة المتنافرة لما هو بشري ولا – بشري، فإنها تنتظم، حول نقطة تسرّب، تُترجم كما يبدو لي، تحديداً بغياب تعريف التوسط، في هذا

المؤلَف. وبطريقة ما، فإن الانتقال، من سوسيولوجيا التوسط، نحو سوسيولوجيا الإدمان، في «صور الهاوي» "les figures de l'amateur" يبدو لي، كاستكشاف لنقطة التسرب هذه: التفحّص من حقيقة، أن انطلاقاً من التوسطات، يمر شيء ما، يقع حدث، عبور لا يبقي شيئاً كما من قبل؛ المقصود إذاً «التعرّف إلى لحظة العمل، بما هو خاص، ولا ينعكس ورؤيته، كتحول وعمل منتج Henion 2000:178 ولنلحظ، أننا بوصولنا الى هذه النقطة، لم نعد بعيدين كثيراً، عما يمكن أن يكون، مقاربة للتوسط الجمالي[1].

طريقة أخرى لتفكّر التواصل؟

لنتوقف على المعاينة المزدوجة، التي أجريناها للتّو: معاينة الرجوع، إلى فكرة التوسط، الحاضرة أكثر فأكثر، في علوم الإعلام والتواصل، ومن جهة أخرى، على معاينة الصعوبة، التي لا يمكن نكرانها، والتي يجد نفسه في مواجهتها، كل من يباشر، في إعداد تعريف وإن قليل الدقة، لهذه الفكرة. هذا يعني: 1) عدم اعتبار هذا الرجوع، كمسعى بسيط، ملائم، ولكن بالأحرى اعتباره الدليل، لضرورة تفكّر بعض الموضوعات، وبعض الميادين (كل مرة، يصبح فيها البعد الثقافي للتواصل موضع رهان) أو استخدام بعض المقاربات، التي تقصد اعتبار اثنين، بل عدة أبعاد (اجتماعية وسيميائية، تقنية وسيميائية) ثقافة وتصنيع، كي لا نأخذ إلا الأكثر بساطة). 2) وعدم اعتبار الصعوبة لإعداد تعريف مفهومي للفكرة، بمنزلة عدم قدرة، ولكن بالأحرى كإشارة عمل نظري قيد الصيرورة.

في هذه الحالة، تقدم فكرة التوسط (وليس فقط استخدامها بالإنابة، كنوع من «الجوكر» النظري) فرصة حقيقية لعلوم الإعلام والتواصل، لأنها تقود لتقديم سؤالين: سؤال معرفة إذا كان بالإمكان، أن تصبح مفهوماً علمياً، وسؤال حول تأثيرها في طريقة تفكّر التواصل. هذا هو التساؤل المفتوح على هذا النحو، الذي يسوّغ برأيي، الفائدة التي نستطيع أن نسديها له.

أ-التوسط هل يمكن أن يفعل شيئاً سوى الإحالة على الفلسفة؟

[1] - الموسيقى «هي صف من الأشياء، ولكنها ليست أي واحد منها: ليست إلا الآلات، التوزيعات، حركات جسم، مشاهد وإعلام- كلها ضرورية، ولكن كل منها غير كاف، لتنبثق وسطها. أحياناً يمكن أن يحصل شيء من هذه المجموعة. المؤدي يعرف، أفضل من أي كان ما إن، يضع توزيعاً على لوحته، لُبس الموضوع في الموسيقى - إنه يعزف الموسيقى بالتأكيد، ولكن مع ذلك، حقيقة العزف نفسها هي الموسيقى. الموسيقى ليست «مفعولاً به لفعل خارجها آلي. المسألة الحقيقية التي يطرحها التوسط هي هنا: على العكس من سبب أو نتيجة، إنه لا ينفصل عن موضوعه. التوسطات في الفن لها موقع براغماتي. إنها الفن الذي تظهره. إنها لا تتميز عن الذوق الذي توقظه: أي بهذه الصفة يمكن، أن تستخدم كمستند لتحليل وضعي وليس لانهدامها الذي لا يكل».

(9-Hennion, Maisonneuve & Gomartm 2000: 178) الطريقة الأخرى، لفهم علاقة سوسيولوجيا التوسط من مقاربة التوسط هو بدنوِّها إلى ما قاله برينو لاتور 1990 في «عندما الملائكة تصبح حقاً رسلاً سيئة». **Quand les anges deviemment de bien" "mauvais messagers**

الشيء الأول الذي يمكن أن يُدهش، لدى قراءة مختلف المحاولات، الرامية إلى تعريف التوسط، هو المرجعية شبه الثابتة إلى الفلسفة، وحتى إلى اللاهوت المسيحي. هذا يعود بوضوح، إلى أن المعنى الثاني للتوسط، الذي يخدم كوسيط (I.e.ce qui sert d'intermediaire) يتفق مع ديالكتيك هيغل واللاهوت المسيحي: هما بالذات، نسقا التفكير اللذان يستخدمان، بشكل صريح ومتطور، هذه الفكرة. على أن ليس كثيراً على ديالكتيك هيغل، أن يكون عادة مرجعاً، في كتابات علوم الإعلام والتواصل، بالمقارنة مع فلاسفة مثل أرنست كاسيرر Ernest Cassirer، بول ريكير، تيودور أدورنو، والتر بنيامين أوجورجن هابرماس، الذين باستثناء بول ريكير، لم يناقشوا مباشرة، التوسط على ذلك النحو[1]. أما بالنسبة إلى اللاهوت، فمن المؤكد أن تصوره للتوسط، يعمل كأداة تفكّر العمل الرمزي في مجتمعنا، ولكن ذلك يحدث أمامنا، فيكون هنا، على نحو لا جدال فيه، بحث للمباشرة.

إن ما قلته سابقاً عن أسباب العودة الى الفكرة، والى ما ينتج من تفحص التعريفات المقترحة، يحثني على تطوير الفرضية المذكورة أعلاه، والتي بموجبها، تأتي هذه المراجع، لتعطي أدوات للسيطرة، على نقطة التسرّب التي أدخلها، استخدام فكرة التوسط، في مقاربة التواصل. إن قراءة مؤلف فرانكو كريسبي (Médiation symboliqye et Société) هي حول هذه النقطة ذات الفائدة الأكبر، إذ يعرض، بطريقة واضحة، العلاقة التي تقيمها، مختلف الفلسفات. مع التوسط الرمزي. سبب هذا الوضوح يعود الى منطوق المصطلح الانتربولوجي الذي يؤسس عليه تعريفه: «الثقافة كبعد انتربولوجي، يمكن أن تعتبر في نظام الحياة مثل النتيجة المطوّرة للتعقيد المتنامي، لأنماط العلاقة والتواصل ما بين – ذاتي وما بين – دنيوي» (crespi, 1983: 11). تكون نتيجة ذلك استعاضة جزئية عن حتمية غريزية من توسط رمزي، جدير بإحداث التوافق، وتوجيه الأفراد «بهدف إنشاء نظام اجتماعي، وسلوك متناسق في نسق محدد من العلاقات»[2] (ص 14) كريسبي يسمي «الاختلاف»، تذبذب العلاقات المحددة – غير المحددة، ويقترح، وهذا محور مقاربته – أن الرمزي هو توسط، ليس لانه يهدف الى حل تناقضات الاختلاف، بمقتضى نموذج هيغلي، ولكن لأنه يبقى في تذبذب الاختلاف: الثقافة تميل هكذا لمحو الاختلاف، لانتاج المحدّد، ولكن في الوقت عينه، فإن الفارق

[1] - وأيضاً هل من المناسب التوضيح، أن التوسط يمتلك لدى ريكير، معنى محدداً: التوسط بين زمن وسرد، الذي يستند الى توسط، يُجترح من خلال وضع عقدة ويتدخل هو نفسه في التوسط الرمزي بمعنى كاسيرر **(130-Ricoeur, 1983: 105)**

[2] - مع أن كريسبي **crespi** يتخذ مرجعية ليس من ترنر **Turner** وإنما من فاتيمو **Vattimo**، فإن الطريقة التي يصف بها التوسط الرمزي، اتخذها من هذا التذبذب لعلاقة محدد – غير محدد. وهي لا تكون من دون استدعاء التجاور – التناوب بين بنية وطائفة **Communitas** لدى ترنر.

الذي يشكل الوعي، لا يعود أبداً الى التشكل كلياً، في النظام الرمزي. ولمقاربة مسألة الاختلاف بطريقة صحيحة، ينبغي قبول، كما يقول «في آن المحدد أي ضرورة نظام رمزي، وغير المحدّد أي حدود التوسط» (ص 22).

فائدة تصوّر التوسّط هذه، هي الإسهام في إعطاء نموذج، يسمح بتفكّر الطبيعة الدينامية لهذا التوسط، ميزته الثلاثية، عمله المفارق ووظيفته الرمزية. ليس لأن مثل هذه المقاربة، تقدم لنا في النهاية، تعريفاً حقيقياً للتوسط، ولكن على نحو أكثر بساطة، لأنها تعط تولیفة تمسك هذه الدينامية، هذه المزية، هذا العمل، وهذه الوظيفة بحسب منظور انتربولوجي، أي إنه يثير مسألة العمل الأنتربولوجي، التي تتعهد فكرة التوسط بتعيينه.

وما إن تسجل هذه المسألة، يبقى بداهة العمل العلمي. الأولى تسجيل تعهّد بواجب التفكّر بموقع التوسط الأنتربولوجي، في إطار فلسفي، يعطي هدفاً للبناء النظري، للمواضيع المدروسة، أي مشروع التفكّر علمياً سؤالاً تثيره الفلسفة، من هذه الزاوية، فحقيقة أن مختلف اقتراحات تعريف التوسط، يرجع غالباً لمقاربات، تعرض عمله الرمزي، بحسب مقولات أنتربولوجية (Louis dymont, Victor Turrer, Marcel Gaucher, Michel de certeau, claue Lefort, Louis Morin الخ) تبدو لي علامة استخدام فعلي لهذا المشروع. إنها توظف, فعلاً، لتفكّر المساقات الثلاثة التي تميّز هذا العمل الرمزي، لمحاولة إنشاء إجابات، للأسئلة الثلاثة، التي تحضر عند اللجوء، إلى فكرة التوسط: كيف ينتج بناء اجتماعي، انطلاقاً من عناصر منفصلة (سؤال الدين والسياسة أي سؤال إنتاج ما يربط)؟ كيف تُنتج اللغة، انطلاقا من إعطاء المادة، شكلاً تقنياً (سؤال الترميز)؟ كيف تُنتج المؤسسة، انطلاقاً من العلاقة والفعل (سؤال المأسسة، أي تبلور التطبيقات في أجهزة).

إننا من جهة، نلامس إذاً أسئلة ذات عمومية قصوى، عكفت عليها إلى حد ما، كل الفلسفات. ونجد من جهة أخرى، بحثاً نظرياً، تحليلات للواقع الاجتماعي، وإنشاء أهداف. يمكن إذاً القول، إن فكرة التوسط، كما استخدمتها علوم الإعلام، والتواصل تُحال حقاً على الفلسفة، ولكنها تُحال عليها، كما على حدودها (حدود عدم إمكانية تفكّر، وأقل من ذلك مناقشة أصل الرمزي)، وكما على اسئلة، تتعلق بمسعى انعكاسي، وبالمقابل وبشكل ملموس، بوصفي باحثاً، إذا أردت استخدام حد التوسط كمفهوم، يجب علي بادئ الأمر، وقبل كل شيء 1) ملاحظة حقيقة أن هذه الأسئلة تصدر عن الفلسفة 2) وتصدر عن بحث تماسك فكرة التوسط منطقياً، وصلاحيتها في أبحاث علوم الإعلام والتواصل.

انطلاقاً من وجهة النظر هذه، نستطيع التساؤل، إذا ما كانت استراتيجيات عدم التعريف، لفكرة

التوسط تحمل فائدة للحذر العلمي: المقصود العودة لتحليل موضوعات تواصلية، هي في آن أجهزة تقنية، اجتماعية ودوال، وليس استهداف تفكير، حول التوسط والرمزي: هنا يكمن الاختلاف، بين المسعى العلمي، والمقاربة الفلسفية.

ب- هل يقترح التوسط طريقة جديدة لتصور التواصل؟

ما إن يتم الاعتراف، بدور الوجه المشترك، لفكرة التوسط، بين أسئلة أنتربولوجية و»لجوء« إجرائي، فإن هذا الدور، لا يكون من دون إثارة صعوبات خطيرة، لأن هذه القسمة بين الوجه الفلسفي والوجه العلمي لهذه الحدود، يعود إلى تفويض الفلسفة العناية لإرساء منظور أنتربولوجي، يستخدم كخطة خلفية، في تعريف التوسط. أليست المواضيع التي يدرسها الباحثون، مذ ذاك، هي محض ظاهرات، ذات أصل بشري واصطناعي artefacts في الحدود، التي تأتي، بما هي عليه، لتندرج في بناء نظري، لا شيء فيه علمي، ويخضع لمبادئ التفكير، والبحث بل واتخاذ موقف إيديولوجي؟ إن في ذلك تخوّفاً، يثير تحفظي إزاء فكرة التوسط: إنها تملك خصائص التوفيق بين عالم البحث وعالم الدراسة الفلسفية. والتقاسم الرضائي بين وجهين، لا يبدو لي مقبولاً، كما أن توزيعاً دقيقاً لا يمكن الدفاع عنه. وعليه نجد أن استخدام حد التوسط، خلال السنوات الأخيرة، يظهر بوضوح، الحاجة إلى تعريف التوسط الذي هو شيء آخر، غير وجه مشترك، يتمركز في علوم الإعلام والتواصل، وغير منظور أنتربولوجي من طبيعة فلسفية. ومن جهة أخرى،فإن الأعمال التي واجهت مباشرة، فكرة التوسط، بغية أن تجعل منها، مفهوما لعلوم الإعلام، والتواصل تبرهن في آن، إمكانية فائدة، وضرورة مثل هذا التعريف. كل ذلك يرافع ليُقارب التقاسم، بطريقة أكثر دينامية، منها ميدانية، وبكلام آخر، بكلمات فيها أكثر، في مجال البرمجة والمقاربة والمشروع، منها في مجال التقطيع والحدود والفصل.

إحدى الطرق، في معالجة هذه الأعمال هكذا، تكون بتغيير وجهة النظر، التي بمقتضاها، نتفحص ملياً المنظور الأنتربولوجي. ليكن بحثنا عن السبب الأخير، لاستخدام علوم الإعلام والتواصل، لفكرة التوسط وتعريفها أقل من أخذنا العلم، بأن ذلك، يشير الى أن الأبحاث، ما زالت في طور اكتشافها وبنائها، كمجال للمعرفة العلمية. ولنكون واضحين: لنفرض أن علوم الإعلام والتواصل، هي في طور مؤازرة اكتشاف العمل الرمزي لمجتمعنا؛ وذلك، ليس عن طريق ميتا –

نظرية لهذا العمل، وإنما بانتاج معارف حول شكل هذا العمل وأنماطه[1]. تقدم هذه الوضعية مزية تحديد ملاءمة مفهوم التوسط وصلاحيته داخل حقل الأبحاث في علوم الإعلام والتواصل.

وفي الحقيقة، بإعادة الأعمال إلى سياقها، تلك التي تلحظ فكرة التوسط، وإدراجها في مجموع الأعمال، التي تبحث فعلياً أشكال العمل الرمزي وأنماطه، من وجهة نظر تواصلية، نحصل على نتيجة مزدوجة: من جهة: 1) إعادة تعريف دقيقة للتوسط، ومن جهة أخرى. 2) إعادة تصنيف نظريات الإعلام والتواصل، التي سأدوّن هنا، جوانبها الأكثر وضوحاً، والأكثر عمومية. مستعيداً عناصر عمل قيد البحث.

1) تعريفان للتواصل، يستخدمان حالياً كمرجعية، الأول الأكثر شهرة، والأكثر تعرضاً للنقد، يتصور التواصل كنقل للمعلومات، بين قطبٍ مرسل وقطب متلقّ، في حين أن التعريف الثاني، يستدعى أن البحث في التواصل الاجتماعي، لا التقني، ويتصوره كتفاعل بين ذوات، اجتماعية، كعلاقة بين ذوات تصبح أكثر أهمية من المعلومات التي تدور بينهم. وعليه، وعلى نقيض فكرة مسبقة فإن تنضيد تصوريّ التواصل هذين (نموذج المعلومات ونموذج التفاعل) لا يسمح بالإمساك بالتقني، والاجتماعي معاً[2]. لأن ثمة أيضاً فقداناً للبعد الإعلامي الخالص. أما نموذج التوسط، فهو على العكس، يستطيع ذلك في الحدود، التي يظهر فيه التواصل كاستخدام لطرف ثالث، يتيح إمكانية التواصل الاجتماعي، في حين أن عوالم الإنتاج والاستقبال، هي، مسبقاً، منفصلة بطبيعتها[3].

وإذا نظرنا إليه عن كثب، فإن شجرة النسب لهذا النموذج، تبيّن أن باحثين باشروا في استكشاف تصور التواصل هذا. وهكذا نستطيع تمييز ثلاث سلالات، ركّزت على اللغة، على التقانات وعلى الثقافة كعامل بناء (وإذا أردنا تأسيساً) لشروط إمكانية التبادل هذه، وبتعبير بسيط، سأقول إن الأول، بين هذه السلالات، وُضّح من خلال البنيوية الدلالية والانتربولوجية بل والسوسيولوجا[4]. والثاني من خلال أبحاث، عن الدور الرمزي للتقنية لـ Innis و Mcluhan أو Debray، وبالمقابل من خلال

[1] - نفهم ذلك، أصالة هذه المشاركة مع أنتربولوجيا ثقافية للمجتمع المعاصر، تبدو لي ترتكز، على الأخذ بالاعتبار، البعد المادي، التقني، الاقتصادي والرمزي (باختصار البعد الإعلامي) للموضوعات التواصلية (دفالون). وبكلام آخر على ما كان **Louis Quéré** قد تركه جانباً من مقاربته: «الأشكال والجهاز الأمبريقي لإرساء موضوعية التوسط الرمزي» (**Quéré, 1982: 178**). هذه المقاربة الجديدة الأنتربولوجية للتواصل، يدعيها بوضوح مؤلفون آخرون (انظر مثلاً (**lardellier 2003, Coman 2003**). وبرأيي إن في هذا الاتجاه، يمكن أن تُبنى منهجية ستجيب لنحو علمي لا بحثي ولا فلسفي.

[2] - مثلاً سوسيولوجيا الاستعمال، الاستعلامات تواجه مباشرة الصعوبات التي يثيرها مثل هذا التصور.

[3] - هذا النموذج أظهر كل الأوهام أنه يكفي «إقامة علاقة» بين المنتجين والمتلقين من خلال موضوعات دالة حتى يحدث تواصل.

[4] - من وجهة النظر هذه قد يكون من المحتمل ضرورة العودة الى اعمال بارت او بودريار في علم الدلالة(من دون نسيان البعد النقدي لأعمالهما) أو أيضاً الى بنيوية لفيستروس، وذلك من زاوية مختلفة على شيء من الحصر والتعزيم، والتي تتفوق حالياً مع ما نسميه «ما بعد الحداثة».

الدراسات الامبريقية، لسوسيولوجيا الاستخدمات، او التوسطات[1]، والثالث من خلال أعمال مدرسة فرانكفورت، أو منظرين في الفضاء العام، دمغ مركزهم الحاسم كثيراً من الأعمال، والتقى حوله بشكل ما، عدد كبير من البحّاثة الذين اشتغلوا على «تواصل الجمهور» و»الصناعات الثقافية» ووظيفتها في المجتمع.

2) والاعتراف بتعريف ثالث للتواصل بعيداً عن أن يصبح الآخران باطلين، يقود لاعتبار هذه التعريفات، ليست متنافسة إبستمولوجيا، وإنما كأعمال تاريخية، أتت لتجيب عن اهتمامات، لهذا البعد أو ذاك من التواصل. ومن وجهة النظر هذه، ينبغي تتبّع شجرة نسبها واستخلاص السلالات، التي تشكّلها والتي شكّلت غناها[2].

يكفي، حتى الآن، ملاحظة أن النموذج الأول بين هذه النماذج يغطي الميادين الثلاثة للتقني، والإعلامي وألسنية التواصل، وينحو ليتركنا نعتقد، أنه قد أمّن ما يقترحه نموذج التواصل. أما الثاني، باعتباره التواصل حصيلة التفاعل بين اثنين أو عدة ذوات اجتماعية، يتعهد فكرة أن الثقافي، يعود إلى تطبيق أنساق دالّة فيما بين ـ ذاتي (حتى وإن فُهمت كتفاعل بين ذوات اجتماعية)[3].

وعلى العكس، ما يظهره نموذج التوسط من العناصر، (الإعلام، الندوات الاجتماعية، العلاقة الخ)، أقل مما يظهره من تمفصل هذه العناصر، في جهاز خاص، (النص، الإعلام (الميديا) والثقافة. وفي الحقيقة إن هذا التمفصل هو الذي يظهر كطرف ثالث.

[1]- ينبغي أن نضيف إليها مقاربات قليلة الشهرة في فرنسا كمقاربة (Jesus Martin-Barbero dans des medias aux médiation 1997.

[2]- مثلًا، نموذج رياضي ونظرية أنساق من أجل نموذج الإعلام وأيضاً، الفعالية الاجتماعية لوسائل الإعلام (الميديا) والبعد التواصلي للغة من أجل نموذج الإعلام، وبراغماتية التواصل، وسوسيولوجيا التفاعل للثاني الذي أعطى هذه المجموعة التي اقترحYves Winkin جمعها تحت التسمية العامة «أنتربولوجيا التواصل».

[3]- ولنلحظ بالمناسبة، أنه، على سبيل المثال، من هذا النموذج تحرر Goffman حالما اقترح مقاربة انطلاقاً من الطقوس ومن مخطط نظري.

الميديا الدينية
بحث في المنظور الإسلامي للإعلام الفضائي

محمد رضا زائري[*]

قدمت القنوات الدينية الإسلامية على امتداد تجربتها - بدءاً بأواخر ثمانينيات القرن العشرين المنصرم- نموذجاً غنياً لدراسة ظاهرة الإعلام التلفزيوني الديني في العالم العربي. لعل الجانب الأهم في دراسة هذا النموذج هو كثرة القنوات الفضائية الإسلامية، وتنوع أساليب عملها، بما يعكس تعدد الاتجاهات والتيارات الدينية والمذهبية التي تعبر عنها.

في هذا البحث نقرأ للباحث الإيراني محمد رضا زائري رؤية نظرية وتطبيقية للإعلام الديني من منظور إسلامي، حيث يتطرق إلى مفهوم الإعلام في ضوء النص القرآني وما ورد بشأنه في التراث العربي الإسلامي. في الجانب التطبيقي ناقش الباحث ظاهرة القنوات الفضائية وطريقة أدائها والثغرات التي تواجهها.

«المحرر»

لا يفارق الإعلام الإسلامي، مفهوم الإعلام كإطار نظري عام، إلا في الوظيفة واللغة المخصوصة التي تؤدي مادته الإخبارية. مع ذلك فإن المصطلح نفسه لا يكتسب معناه الخاص إلا من خلال تعبيرات اللغة الدينية الإسلامية. ذلك بأن كلمة الإعلام في القرآن الكريم، وفي لسان العرب وعند فقهاء اللغة، تناظرها مجموعة من المفردات المرادفة، وكل منها يعبِّر عن صنف معين من الأصناف التي تعود كلها إلى ما ندعوه في لغتنا المعاصرة بـ «الإعلام».. ونستطيع أن نجد في النص القرآني

---

*- أستاذ جامعي وباحث في علم الاجتماع الديني ـ إيران.

الكثير من هذه المفردات: كالخبر، والنبأ، الإيصال، والبلاغ والتبليغ، والرسالة الإرسال والرسول والدعوة..الخ..

ويمكن فيما يأتي أن نعرض المعاني والدلالات الدينية للمفردات سابقة الذكر.

أولاً: الخبر

«الخبر» مفردة محورية تلخِّص مفهوم الإعلام في اللغة وتكثّفه خاصة وفي البناء الثقافي الإسلامي عامة. في اللغة-وحسب المحدث واللغوي ابن وهب في «البرهان»- «أن الخبر استجلاء للبواطن[1]، فلولا ما أتانا من الخبر في شرح مراد الله – عزّ وجلّ – في الصلاة والصيام ومعنى الكفر لما عرفنا باطن ذلك، ولا مراد الله عز وجلّ في الصلاة والصيام، ولا كان ظاهر اللغة يدل عليه، بل كل من دعا مصلياً، وكل من أمسك عن شيء صائماً، وكل من ستر شيئاً كافراً»[2].

ثانياً: الإيصال

بين الخبر والاتصال عروة وثقى في المعنى والدلالة. ففي القرآن الكريم قوله تعالى: {**وَلَقَدْ وَصَّلْنَا لَهُمُ الْقَوْلَ لَعَلَّهُمْ يَتَذَكَّرُونَ**}[3]. ومن هذه الزاوية، يعني الاتصال في الفهم والممارسة الدينية الإسلامية، تحويل كل خبر الى مادة للترشيد والدعوة إلى دين الله. وإذاً، فالعمل الإعلامي الإسلامي هو حقيقة أساسية من حقائق التواصل في العملية الاجتماعية، وهويمثل شتى الطرق التي يؤثر فيها المرسل أو يتأثر بها المرسَل إليه «بالبرّ والتودد وعدم الجفاء»، وقد تكون هذه الطرق مباشرة وشخصية أوغير مباشرة ولا شخصية؛ فالإعلام هوحامل العملية الاجتماعية، والتحرير الإعلامي هوالذي يحقق الوصول إلى الجماهير من خلال قناة الاتصال[4].

ثالثاً: النبأ

«النبأ» مفردة قرآنية جديرة بالملاحظة، وهي المفردة التي تحمل اسم السورة الأولى من الجزء الثلاثين من القرآن الكريم. ومن خلالها نلاحظ أن استخدام لفظ (النبأ) في النص القرآني، يقع على وجه الدقة في مجال الإخبار الإلهي لأنبيائه ورسله عن أمره بواسطة الوحي. وحين يقال: نبّأه

[1]- أبوالحسن بن اسحق بن سليمان بن وهب «البرهان في وجوه البيان»- تقديم حفني محمد شرف- مكتبة الشباب العربي – القاهرة – 1969 – ص 112.
[2]- سورة القصص – الآية 51.
[3]- سورة القصص- آية 51.
[4]- محمد حمد خضر- مطالعات في الإعلام – دار خضر للطباعة والنشر والتوزيع – بيروت – -196 ص 56.

بالشيء: أي أخبره به وذكر له قصته. والنبأ هو»الخبر ذوالشأن والقصة ذات البال. والجمع انباء»[1].

وإلى ذلك ثمة الكثير من الآيات حول «النبأ» والتي تؤدي غاية المعنى بين المرسِل والمرسَل إليه، نذكر منها ما جاء في سورة التحريم:{**قَالَتْ مَنْ أَنبَأَكَ هَذَا قَالَ نَبَّأَنِيَ الْعَلِيمُ الْخَبِيرُ**}[2].

رابعاً: الدعوة

مفردة الدعوة تدخل في عمق الإعلام الديني، سواء ما ورد حولها في النص القرآني، أوفي الثقافة الدينية الإسلامية. يقال في اللغة على سبيل المثال: دعوتُ فلانًا؛ أي: صِحْتُ به واستدعيته. وتداعى القوم: دعا بعضهم بعضًا حتى يجتمعوا، وهو التداعي، والدُّعاة: قوم يدعون إلى بَيْعة هدى أو ضلالة، وأحدهم داعٍ، ورجل داعية: إذا كان يدعو الناس إلى بدعة أودين، أُدخلت الهاء للمبالغة[3]. أما المدلول الاصطلاحي للدعوة: فيؤدي المراد نفسه مما سبق لنا وذكرناه من مفردات. "فالدعوة تعني تبليغ رسالة الإسلام، عقيدة وشريعة وأخلاقًا، وهي الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر، والنصيحة، والحض على الطاعة، والالتزام بدين الإسلام في جميع شؤون الحياة من أجل التمكين لدين الله في الأرض، والفوز بالجنة والنجاة من النار[4]".

في السياق عينه، قدَّم العلماء والباحثون تعريفات متعددة للدعوة؛ منها أن: (الدعوة عملية إحياء لنظامٍ ما؛ لتنتقل الأمة بها من محيط إلى محيط)، وعلى هذا يُعرِّف المحقق رؤوف شلبي ـ الدعوة الإسلامية بما يأتي:

هي الحركة الإسلامية في جانبَيْها: النظري والتطبيقي.

من حيث هي: حركة بناء للدولة الإسلامية.

من حيث هي: دفاع عن استمرار وجود الدولة الإسلامية[5]

وتتحدَّث الآيات في القرآن الكريم عن الدعوة من حيث هي هداية وإرشاد، وتبليغ وإنذار، وجهاد بالقرآن الكريم، كما هي في قوله تعالى:{**وَاللَّهُ يَدْعُو إِلَى دَارِ السَّلَامِ وَيَهْدِي مَنْ يَشَاءُ إِلَى صِرَاطٍ مُسْتَقِيمٍ**}[6].

---

[1]- ابن وهب – المصدر نفسه – ص 115.
[2]- التحريم- آية 3.
[3]- ابن منظور – لسان العرب – الدار المصرية للتأليف والترجمة- القاهرة 1985 – ص 95.
[4]- محمد علي النجار – معجم ألفاظ القرآن الكريم – الجزء السادس- الدار المصرية- القاهرة 1989– ص 95.
[5]- رؤوف شلبي – الدعوة الإسلامية في عهدها المكي – مطبوعات مجمع البحث الإسلامية – المدينة المنورة – 1974 – ص 32-36.
[6]- يونس – آية 25.

وقوله تعالى:{يَا قَوْمَنَا أَجِيبُوا دَاعِيَ اللَّهِ وَآمِنُوا بِهِ يَغْفِرْ لَكُمْ مِنْ ذُنُوبِكُمْ وَيُجِرْكُمْ مِنْ عَذَابٍ أَلِيمٍ}[1].

كما جاء قوله تعالى:{يَا أَيُّهَا الرَّسُولُ بَلِّغْ مَا أُنْزِلَ إِلَيْكَ مِنْ رَبِّكَ}[2]، وقوله تعالى:{وَجَاهِدْهُمْ بِهِ جِهَادًا كَبِيرًا}[3]، وقوله تعالى:{يَا أَيُّهَا الْمُدَّثِّرُ* قُمْ فَأَنْذِرْ}[4].

مما سبق يتضح أن الدعوة هي عملية دعاء وتبليغ وإنذار، وبذل للجهد، وهداية إلى الطريق المستقيم، ومغفرة الذنوب، والفوز بالجنة، والنجاة من النار. وعلى ذلك، فإن الدعوة بحسب ما يذهب إليه الكثيرون من المحققين هي: (إنذار الناس وتبليغهم دين الله تعالى، وبذل الجهد في نصحهم بالتي هي أحسن؛ للترقي بهم إلى أعلى المراتب). ثم إن من أخص الصفات وأفضلها في الإنذار والتبليغ وهداية الناس إلى دين الله عز وجل- خصيصة التدرج، وتعني الترقي بالناس شيئًا فشيئًا، والبَدْء بالأهم ثم المهم؛ للوصول بهم إلى أعلى الدرجات). وانطلاقاً من هذا التعريف، ينطلق الإعلام الديني الإسلامي من مبدأ شمولية الشريعة الإسلامية لجميع شؤون الحياة وسلوك الإنسان، وتتضح هذه الشمولية في الخطاب القرآني في كثير من المواطن، التي تؤكد عالمية الإسلام منها:

أ ـ كونه ديناً للناس أجمعين، كما في الآية: {وَمَا أَرْسَلْنَاكَ إِلَّا كَافَّةً لِّلنَّاسِ بَشِيرًا وَنَذِيرًا* وَلَكِنَّ أَكْثَرَ النَّاسِ لَا يَعْلَمُونَ}.[5]

ب ـ عمومية الأحكام الإسلامية: أي تشتمل على كل سلوك الإنسان وشؤونه.

ج ـ **عمومية الجزاء:** فالكل سيحاسب على الخير والشر، في الصغيرة والكبيرة.

د ـ **عمومية التبليغ:** فكل مسلم ومسلمة مسؤول عن تبليغ دينه بالقدر الذي يستطيع، وهذا عملٌ إعلامي بحت[6].

خامساً: البلاغ والتبليغ

إن المفردة الأكثر تطابقاً مع روح الإعلام الإسلامي هي تلك التي اصطلح عليها بـ «التبليغ».

[1]- الأحقاف – آية 31.
[2]- المائدة – آية 67.
[3]- الفرقان – آية 52.
[4]- المدثر – آية 2.
[5]- سبأ: آية 28.
[6]- رؤوف شلبي- مصدر سبق ذكره-

وهذه المفردة تؤدي مهمة مزدوجة لإعطاء الإعلام الإسلامي بعده العقائدي والاصطلاحي. فالتبليغ معناه الإيصال والبلاغ، وهي مهمة الأنبياء ومن بعدهم الأوصياء ومن بعدهم العلماء.

والتبليغ ـ بحسب ما يعرِّفه الباحثون ـ يجب أن يكون هادفاً وقائماً على مضمون فكري أصيل، فهو دين الله ورسالاته وتعاليمه، ولا يكون التبليغ بنشر الفكر الخاص، أوالرأي الخاص، بل يتحتم على المبلَّغ أن ينقل الفكر الأصيل»[1]. ونظرية التبليغ أكدتها الآيات القرآنية، واعتبرتها مهمة ناجزة تفرض على أهل الهدى ومن يتبع سبيل الهداية، ومن جملة السياسات الكبرى لعملية التبليغ أن يكون المبلغون على بصيرة من أمرهم وعلى بصيرة من دينهم وعلى بصيرة من فهم الطريق والوقائع. ومما تقدم فإن النظرية الإعلامية في القرآن تقوم على تبليغ رسالات الله (الفكر الإسلامي وتعاليم دين الله) على يد أناس رساليين يدعون إلى الله (إلى رسالاته) وهم على بصيرة من أمر دينهم وزمانهم وحياتهم وأوضاعهم، وهم ممن يخشون الله في الوسائل والأدوات واللغة والأسباب، ولا يخشون غيرالله من الذين يصدون عن سبيل الله فلا تأخذهم في الله لومة لائم أوحسد حاسد أوشنآن معتد أوآثم.]»[2] وما ذاك ـ حسب الرأي المتفق عليه بين العلماء المسلمين ـ إلا لأنّ الدّاعي والمبّلغ الّذي يحاول أن ينقل هذه الرّسالة إلى جمهوره يرى في ذلك فضلاً كبيراً: من النّاس. والتبليغ لرّسالات الله في مقابل الحديث عن الهوى والرأي الشخصي والنزعة الفردية وإظهار الخصوصيات للمبلغ بل للرسالات وما فيها من حكمة ومنطق وعقل وفهم ووعي ودراية ومواءمة واتساق وانسجام وغير ذلك تستلزم الابتعاد ما أمكن عن إدخال ما هو خاص في هذه العملية، والسعي لعدم الزيادة أو النقصان. وكلما كان الشخص أعظم في هذه المهمّة كانت مسؤوليته أخطر في عمليّة التبليغ، سواء لجهة أصل العملية أو لجهة الحرص على نوعية التعاليم المقدمة والتي يجب أن تكون مساوية مائة بالمائة للوحي ولما نزل من عندالله تعالى، ذلك كله لتحذير الأشخاص الذين سيسمعون قول الله تعالى بأنه لا أحد يحق له أن يتدخل في التعاليم زيادة أو نقصاناً وإن أي تقوّل فيها سيؤدي إلى هذا العذاب المشدد الأليم.» فهناك إذن، هدف إلهي لهذه العمليّة التبليغية يبتغي الدّاعي من خلاله هداية أكبر عدد ممكن من النّاس وهذا عائد الى ان وظيفة التبليغ الإلهي لا نهاية لها سوى إيصال البشر إلى الكمال الإنساني حيث السعادة الأبدية، سواء على الصعيد الفردي أو الجماعي، وهو الهدف الأسمي الذي من أجله بعث الأنبياء، وأنزلت الكتب السماوية، ووضعت الشرائع، وسُنت القوانين الإلهية. وبما أن الوصول إلى هذا الهدف البعيد دفعة واحدة غير

[1] بلال نعيم، بحث حول الإعلام في القرآن- دار الهادي- بيروت- 2002، ص19.
[2] المصدر نفسه، ص22.

ممكن، كان لابد من التدرج في بلوغه، لذلك كان هناك أهداف جزئية ومرحلية تصب كلها في خانة الهدف النهائي، مثل الهداية إلى الله تعالى، والدعوة إلى التوحيد، وإظهار الأحكام الشرعية لتعبيد طرق الطاعة، وسد طرق المعصية، وبيان الصفات الإلهية للتخلق بمكارم الأخلاق، والتنزه عن الرذائل ومساويّ الخصال... إلخ. ولذلك قد يتمكن المبلّغ من إيصال بعض الناس إلى بعض هذه الأهداف من دون بعضها الآخر، وليس في ذلك ضير، فكلما اقترب الإنسان من الكمال النهائي كان ما حققه المبلّغ من نجاح أكبر، فلابد في سلوك أية طريق من الشروع في السير في مراحلها الأولى»[1].

وهناك عنصر مهم جدّاً في هذه العمليّة حسب نظريّة التبليغ القرآني والذّي يتجلى في شخصية من يدعو ويبلّغ وهم: «الرساليون: أهل التبليغ، حملة الرّسالة، النبي وأهل بيته وأصحابه وجميع العلماء والفقهاء والمجتهدون والمفكرون وأهل العلم الذين يجب أن يتمتعوا بمجموعة من الصفات الخاصة والمميزة. أي أن يكونوا:

ـ على بصيرة من دينهم (عالمون بما يبلغون).

ـ على تقوى من الله (يلتزمون بما يعلمون، ويلتزمون بمندرجات الرّسالة في الوسائل والأساليب).

ـ على بصيرة من عملهم (في معرفة الزمان والمكان والخصوصيات).

ـ لا يخشون أحداً إلا الله، حتى لا يأخذهم الرعب إلى ترك المهمة أوإلى تغيير سياساتها وتوجيهها بما يناسب أهل الباطل»[2].

وهذا الواجب الإلهي يشمل جميع المؤمنين بالله تعالى وليس رجال الدّين فقط. ونجد ذلك من خلال التوكيد على دراسة المبادئ والأسس الإيمانية والعقائدية في الإعلام الإسلامي:

ولنأخذ النقطة الأولى في دراسة الإعلام الإسلامي هي ما ورد من توجيهات في القرآن الكريم وأوامره يقول تعالى:

«وانذر عشيرتك الأقربين»[3] ويقول تعالى: «والذين جاهدوا فينا لنهدينهم سبلنا...»[4] ويقول

[1]- المصدر نفسه، ص24.
[2]- المصدر نفسه - ص 25.
[3]- سورة الشعراء - 214.
[4] سورة العنكبوت - 69.

أيضا: «نحن أعلم بما يقولون، وما أنت عليهم بجبار، فذكر بالقرآن من يخاف وعيد»[1]. وقوله في سورة «النحل»: «ادع الى سبيل ربك بالحكمة والموعظة الحسنة وجادلهم بالتي هي أحسن، إن ربك هو أعلم بمن ضل عن سبيله وهو أعلم بالمهتدين»[2].

وإذن، فالأمر الآلهي هنا هو الدعوة إلى الله... والدعوة الى الله لها أسس انذارية أو تربوية... وتتحدد هذه الأسس عندما تتحدد البيئة التي ندعو بها إلى الله... فالإنذار للعشيرة الأقربين الذين يعرفون الدعوة ويفهمون الدين ولكنهم يعرضون عنها كبر وغطرسة... والدعوة بالحكمة والموعظة الحسنة عندما يتطلب الأمر دعوة تربوية للذين يفهمون منطق الحياة...[3]:

ولكن السؤال التي يثار في هذا المقام هو التالي: هل تصل هذه الدعوة اِلى غيرالمسلمين وتتجاوز حدود الأمّة المسلمة لتشمل النّاس جميعاً، أو تختصّ بالأمّة المسلمة فقط؟ في الجواب عن هذا السؤال يجمع العلماء والباحثون المسلمون على: أن «من الواجب المتيقن أن تظل الدعوة مشغولة بأمر المسلمين وخاصة الأمة، تذكرّهم بحق دينهم، وتنبههم عند غفلاتهم، وتقيل عثراتهم، وتُسدّد خطاهم، وتطمئنهم إلى صحة حقائق دينهم وعظمها، وتدرأ عنها الشبهات والأباطيل، ثم تقيم الدين في مجتمعاتهم، شعائر وشرائع، في الاقتصاد والاجتماع والسياسة وغيرها، حياة ومنهجاً، تصديقاً وتحقيقاً». يضيف: «وخطاب القدوة هو أول خطاب يجب أن يُوجَّه إلى الناس من أصحاب الدعوات وحَمَلَة الرّسالات ومن اتبعهم بإحسان وخلفهم بإيمان، وإلا فسيبقى الناس في حاجة شديدة لهذا الخطاب، مهما وجه إليهم من خطاب آخر، وإن جَمُل أوكَمُل. ولقد كان النبيون- صلوات الله وسلامه عليهم ـ قبل أن يقدموا خطاب ربهم للناس، يقدمون لهم أنفسهم- خيرين صالحين راشدين- فيجد الناس فيهم الصدق والأمانة، والبر، والحرص على نفعهم، فيرضون بهم، ويرجون منهم، ويتخذونهم أسوة حسنة»[4].

سادساً: الرسالة

عند هذه المفردة، نصل اِلى نقطة مهمة ورئيسة وهي تتمثّل في كون الإسلام رسالة للناس أجمعين، ورسالة الإسلام رسالة عالمية. غيرمحدودة بزمان ولا مكان، ولا بأمة ولا بشعب ولا بدولة أو جماعة. وبالتالي فهي ليست رسالة لشعب خاص يزعم أنه وحده شعب الله المختار وأن الناس

[1] سورة ق – 45.
[2] سورة النحل – 125.
[3] زهير الأعرجي- الشخصية الإسلامية مؤسسة إعلامية، دار التعارف – بيروت -1982 ص38.
[4] عبدالله الزبير عبدالرحمن، من مرتكزات الخطاب الدعوي، دار العبيكان – الرياض – -2001 ص68.

جميعاً يجب أن يخضعوا له. كما أنها ليست رسالة لإقليم معين يجب أن تدين له كل الأقاليم في الارض وتجبي له ثمراتها وأرزاقها. أو كذلك لطبقة معينة مهمتها أن تسخِّر الطبقات الأخرى لخدمة مصالحها أواتباع أهوائها أوالسير في ركابها[1].

وفي آيات القرآن الكريم ما يؤكد على عالمية رسالة الإسلام نشير في ما يأتي إلى بعضها:

1) «وما هو إلا ذكر للعالمين»[2].

2) «نذيراً للبشر»[3].

3) «إن هو إلا ذكر للعالمين»[4].

4) «إني رسول الله اليكم جميعاً»[5].

5) «ليكون للعالمين نذيراً»[6].

وكون الإسلام رسالة عالمية فمعنى ذلك أن أحكامه صالحة لكل زمان ومكان، ومهيأة للبقاء والاستمرار والعموم.»[7] ولعل من بديهيات الإسلام وصفاته الأصلية – حسب الفقهاء-أنه جاء لعموم البشر ولم يأت لطائفة معينة منهم أو لجنس خاص من أجناسهم، قال تعالى: «وما أرسلناك إلا كافة للناس بشيراً ونذيراً» وقال تعالى: «قل يا أيها الناس إنى رسول الله إليكم جميعاً» وعموم الإسلام هذا غيرمقصور على مدة معينة من الزمن أوجيل خاص من البشر وإنما هو عموم في الزمان كما هو عموم في المكان، ولهذا فهو باق لا يزول ولا يتغير ولا ينسخ، لأن الناسخ يجب أن يكون في قوة المنسوخ سواء أكان النسخ كلياً أم جزئياً، وحيث إن الإسلام ختم الشرائع السابقة كلها وإن محمداً (ص) هو خاتم الأنبياء والمرسلين، فمعنى ذلك أن الشرائع الإلهية انقطعت وأن الوحي الإلهي لم يعد ينزل على أحد، قال تعالى: «ما كان محمد أبا أحد من رجالكم ولكن رسول الله وخاتم النبيين» وعلى هذا لا يتصور أن ينسخ الإسلام أو يغيره شيء».[8]

---

[1]- ز. الأعرجي- الشخصية الإسلامية – مؤسسة إعلامية- مصدر سابق- ص 51.
[2]- سورة القلم، الآية 52.
[3]- سورة المدثر، الآية 36.
[4]- سورة التكوير، الآية 37.
[5]- سورة العراف، آية 158.
[6]- سورة الفرقان، الآية 1.
[7] المصدر نفسه، ص136.
[8] المصدر نفسه، ص57.

2 - القنوات الدينية الإسلامية: ظروف النشأة وشروط الولادة

اعتمد الخطاب الديني في عصور الإسلام الاولى على وسيلة الاتصال الشخصي الجماعي وخاصة في المساجد كأمكنة دينية جامعة. إذ كان يلتقي فيها طلاب العلم الفقهاء والعلماء خلال حلقات درس اتخذت فيما بعد نهجاً منتظماً كان له عظيم الأثر في نشر علوم الدين. كانت المساجد أشبه بجامعات إسلامية يتزود الناس فيها بعلوم الدين ويتفقهون بالمسائل المرتبطة بحياتهم اليومية إلى جانب انتشار حلقات تحفيظ القرآن الكريم. وإلى جانب الإعلام بوسيلة الاتصال الشخصي والجمعي (أوالجماعي) كانت هناك وسيلة تدوين المخطوطات ونقلها، وكانت هذه الوسيلة بديلا من الوسائل الطباعية الحديثة المعروفة الآن. وكثير من أمهات الكتب الدينية الموجودة اليوم، نُقِلت وطُبعت في العصر الحديث عن أصول مخطوطات قديمة كتبت في عصورها بأيدي كاتبيها من العلماء[1].

واذا كان من استعراض تاريخي مكثف لتطورات الخطاب الديني الإسلامي، فيمكن العودة إلى بدايات ازدهاره بظهور المطبعة في منتصف القرن الخامس عشر الميلادي. وقد تمثل ذلك عبر انتشار الكتب المطبوعة واقتناء الناس لها وتزايد أعداد طلاب العلم، وتعدد المعاهد الدراسية الدينية في مختلف المجتمعات الإسلامية.

ويمكن القول في هذا المضمار إن الخطاب الديني احتل مكانة متواضعة جداً في البداية مع ظهور الإذاعة والتفلزيون في القرن العشرين. جرى ذلك على شكل برامج دينية كانت تتمثل غالبا في أحاديث وقراءات دينية إلى جانب تلاوة بعض آيات القرآن الكريم، ثم تنوعت محتويات الخطاب الديني الإعلامي وأساليبه لتأخذ صيغاً مختلفة مثل الندوة الإذاعية، الدراما الدينية، المسلسل الديني، آذان الصلاة، الى خطبتي الجمعة وغيرها. ثم اتجه الرأي نحو انشاء إذاعات دينية متخصصة تكون بمنزلة ركيزة أساسية للإعلام الديني، فأنشئت إذاعات القرآن الكريم في مصر والمملكة العربية السعودية وإذاعة نداء الإسلام في مكة المكرمة، وحذت الجزائر هذا الحذو بإنشائها في التسعينيات من القرن العشرين إذاعة القرآن الكريم، ونعتقد أن معظم الدول الإسلامية أنشأت إذاعات دينية خاصة بالقرآن الكريم. كذلك يمكن الحديث هنا عن تنامي الفضائيات الدينية في المجتمع الإسلامي مع ظهور قنوات «المجد» و»الرسالة»، و»سمارتس» و»المنار» و»الفجر»، وهدى باللغة الإنجليزية وقبلها بظهور قناة اقرأ التي مهدت لظهور هذه القنوات الفضائية الدينية

[1]- بو علي نصير ـ الخطاب الديني ورسائل الإعلام ـ دراسة نقدية قدمت في مؤتمر «الخطاب الديني المعاصر والمتغيرات الدولية ـ جامعة الجزائر ـ 15 كانون أول (ديسمبر) 2007.

وأعطت صبغة وتصوراً جديدين للخطاب الديني في وسائل الإعلام الحديثة[1].

ويركِّز باحثون في الشأن الإعلامي الديني على مجموعة مجالات تؤلف على الجملة مادة نشاط الإعلام الديني الفضائي اليوم. يشير هؤلاء بداية إلى المساجد: الصفحات الدينية في الجرائد اليومية والمجلات الأسبوعية الدينية المتخصصة؛ والبرامج الدينية في الراديو؛ والتلفزيون؛ إلى المواد والمحتويات الإعلامية التي تعكس صوراً من الثقافة الإسلامية مثل المسلسلات وبعض البرامج الثقافية الرمضانية ناهيك عن الأفلام الدرامية الدينية مثل: «الرسالة»، «القادسية»، «عمر المختار»، «أهل الكهف»؛ «مريم العذراء» إلخ؛ وكذلك الأفلام الوثائقية (التسجيلية) عن الآثار الإسلامية ومناسك الحج الخ..[2].

في أي حال، فإن الإعلام الإسلامي في ظروفنا المعاصرة حتى الثمانينيات من القرن العشرين هو صورة من صور الإعلام المتخصص أي ما سمي بـ «الإعلام الديني»[3]. بمعنى أن الإعلام الديني هو الجزء المتخصص في قضايا الوعظ والإرشاد والتبليغ وتعليم الناس الأمور الخاصة بدينهم. وهو الإعلام والخطاب الديني المرتبط بالفروع وليس بالأصول، لأن الأصول هي من مهمة الإعلام الإسلامي ككل. والإعلام الإسلامي- كما يقول باحثون – هو إعلام شامل وكامل بشمول العقيدة الإسلامية وكمالها، ولا يرتبط فحسب بالقضايا الدينية، وإنما يتعداها الى جميع نواحي الحياة السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية الخ. والإعلام في مثل هذه الحالة إسلامي في صدق أخباره، إسلامي في الترويح والتسلية، إسلامي في إعلاناته وإسلامي في تعليمه، وإسلامي أيضاً في شرح الأخبار وتفسيرها[4].

مرحلة البث الفضائي

مع بداية العام 2001 شهد الفضاء العربي ميلاد ثلاث قنوات تلفزيونية تبث عبر الأقمار الصناعية وهي بالتتابع قناة "إقرأ" التابعة لشركة راديو وتلفزيون العرب "ART"، ثم قناة "طيبة والت" التي أعلن عن تأسسها في إمارة دبي من العام نفسه، وهذه القناة التي كان من المقرر أن تبدأ بثها المباشر مطلع عام 1424هـ ـ 2004م، إلا أن ظروفاً تقنية حالت دون ذلك، أما القناة الثالثة فهي قناة الرحمن التي تبث من جاكرتا عاصمة أندونيسيا. بعد هذا التاريخ شهد العالمان العربي والإسلامي انطلاق

[1]- بوعلي نصير- المصدر نفسه.
[2]- محمد سيد محمد، المسؤولية الإعلامية في الإسلام، المسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 1986، ص 56.
[3]- المرجع السابق نفسه، ص 36.
[4]- المرجع السابق نفسه، ص 37.

العشرات من القنوات الفضائية الدينية التي تبث باللغة العربية[1].

لقد شهدت نهاية القرن العشرين الماضي وبداية الألفية الثالثة ما يمكن أن ندعوه انفجاراً في عدد القنوات الفضائية العربية وتنوع توجهاتها واختصاصاتها، ولأول مرة يترافق البث التلفزيوني (الصورة) مع الإرسال الإذاعي (الصوت). وبنتيجة ذلك صار في الإمكان تلقي الإرسال الإذاعي ليس عبر الموجة القصيرة أو المتوسطة، بل عبر الخدمة التي تقدمها الأقمار الصناعية، والتي تكاثرت هي الأخرى في الفضاء الخارجي، ووُظفت لخدمة الاتصالات وبث القنوات المنطلقة من الأقطار العربية[2]. في المقابل أزهرت ما يمكن تسميتها مدن الإنتاج التلفزيوني العربي وأهمها في مدينة القاهرة ومدينة دبي، للتحول إلى قاعة نشطة لصناعة البرامج المختلفة ولتلبي الحاجة المتزايدة للقنوات العربية السياسية وغيرها، وفي ظل أوضاع تنافسية شديدة، إلى الظفر بالأسواق وبالتالي باهتمام المشاهد العربي ومن ثم المعلنين التجاريين. بالإضافة الى ذلك أسهمت شبكة الأقمار الصناعية في توفير خدماتها التكاملية التواصلية في الفضاء، الإمكانية للقنوات التلفزيونية العربية لتوسيع تغطيتها لتتجاوز الحدود الجغرافية للوطن العربي نحو المحيط الإقليمي المجاور ثم تنتقل إلى قارات العالم الأخرى وبوجه خاص إلى أوروبا وأميركا الشمالية. وبتكاثر القنوات التلفزيونية الخاصة، انتهت عملياً سيطرة الدولة على البث التلفزيوني، وأضحى التلفزيون الفضائي، بوصفه وسيلة إعلامية أشبه بالصحف الخاصة في مطلع القرن الماضي، وتحولت القنوات الفضائية إلى منابر إعلامية متنوعة الأهداف والمواقف، وشديدة التعبير عن الخارجة السياسية للقوى والتوجهات الفكرية والاجتماعية السائدة في الوطن العربي. وفي إطار هذا الكم الكثير والمتنوع من المنابر الإعلامية المنطلقة عبر الفضاء، وفي سياق نظام تواصلي سمعي بصري شديد الفاعلية والتأثير في المتلقي، ونظام متنوع في مادته وتوجهاته السياسيةوالاجتماعية والفكرية، كانت النخب العربية توجد بكثافة وفاعلية على الشاشة، كمحيط خصب لتبادل الآراء والأفكار، ولممارسة دورها في التأثير المباشر، وجاء فعل الحراك الشعبي المعبر عن انتفاضة الشارع العربي تحدياً للمشهد الإعلامي العربي بأسره، ولم تعد الأجندات التقليدية لأداء الآلة الإعلامية بكل وسائلها وممكناتها خارج الزلزال الكبير. هنا حدث التحول الجذري في توالي الهزات الارتدادية في مواقف النخب العربية إزاء التمردات الفكرية وانعكاساتها العفوية في صفحات المشهد الإعلامي، ولم تعد قضية إشباع الحاجات المعرفية للمتلقي كافية لتلبية الاستجابة لفعل التغيير عبر الحراك، وكان على

[1]- راجع القائمة باسماء الفضائيات الدينية التي أوردناها كملحق في نهاية هذا الفصل.
[2]- المصدر نفسه.

النخب العربية أن تختار بين البقاء في صوامعها التقليدية (التيارات التقليدية والأحزاب وغيرها من أشكال التنظيم) أو توجد على ساحة الإعلام والإعلام الفضائي بوجه خاص، ذلك الإعلام الذي توحد مع الحراك وأضحى جزءاً من واقعه اليومي ومعبّراً عن نبضه وفعله وطموحه، وكان الانحياز السريع هو أن تكسر النخب شرنقتها، وتشق عصا الطاعة على تقاليدها وآلياتها السابقة وتختار التفاعل مع حركة الجماهير عبر دفق الصورة التلفزيونية الحية والمباشرة[1].

«الميديا» وثقافة الخوف من الإسلام

أسهمت عوامل وتحولات إقليمية ودولية بصورة جذرية في إحداث طفرة غير مسبوقة في ولادة القنوات الدينية. لعل من أبرز هذه العوامل ما شهده العالم من حضور للإسلام على الساحة الدولية بعد سقوط الشيوعية. وكذلك بداية انتشار ثقافة العداء للإسلام بعد التفجيرات الإرهابية في نيويورك في الحادي عشر من أيلول (سبتمبر) 2001. وقد كان واضحاً دور الميديا والقنوات التلفزيونية في إذكاء ثقافة العداء بين الإسلام والغرب.

وهكذا لم تكن أطروحة الخوف من الإسلام، «الإسلاموفوبيا» على سبيل المثال مجرد مصطلح عارض بعد الحادي عشر من ايلول 2001. وإنما كانت أقرب إلى عنوان كبير يعكس حقائق واقعية في رؤية أميركا والغرب عموماً للعدو الجديد الذي هو الإسلام، بعد انهيار الشيوعية في العالم.

في هذا الإطار يوضح البروفسور أميرعلي[2] في دراسة له بعنوان «الإسلاموفوبيا في أميركا» أن هناك فئتين في الغرب تروِّجان لمقولة الخوف من الإسلام هما شركات «الميديا» المعادية للمسلمين- وطريقة عمل وسلوك الوسط الإيديولوجي الإسلامي الذي يعيش في الغرب وبخاصة منه الوسط المتضامن مع تنظيم القاعدة.

-الفئة الأولى هم الذين نبشوا معلومات (خاطئة أو مضلّلة) عن الإسلاموفوبيا من مواد عمرها ألف عام خلفها وراءهم الصليبيون في أوروبا وقدمت بلغات حديثة، و/أو ابتكروا أفكاراً ومناهج جديدة لتوليد الإسلاموفوبيا، والترويج لها، ونشرها في العالم بأسره، ولا سيما في الغرب. يمكن تقسيم مروجي الإسلاموفوبيا إلى ثلاث فئات فرعية هي: (أ) الأصوليون العلمانيون، (ب) الأصوليون الصهاينة، (ج) الأصوليون المسيحيون الذين يعرفون بحركة الولادة الثانية والحركة الإنجيلية، هذا

[1]- صباح ياسين – المصدر نفسه.

[2]- باحث أميركي من أصل هندي له دراسة بعنوان: «الإسلام في أميركا: درب وعرة بالانتظار، دراسة حول النشاطات المعادية للإسلام»، في المؤتمر الاول حول الإسلام في أميركا، الذي أقيم في جامعة انديانابوليس، من 4 لغاية 6 تموز 1997، برعاية الجمعية الإسلامية لأميركا الشمالية، وجمعية علماء الاجتماعيات المسلمين، وجامعة إنديانابوليس.

فضلاً عن (د) الأصوليين الهندوس و(هـ) السلافيين، وكل مجموعة لها أجندتها الخاصة ضد الإسلام.

أما الفئة الثانية: فتنتمي الى منظمات إيديولوجية إسلامية يمكن تصنيفها بمجموعتين: (أ) الحركات الاسلامية المزّيفة و(ب) مسلمو الهامش. ويحظى بعضهم في هاتين المجموعتين بدعم مباشر أو غير مباشر من القوى المعادية للإسلام في أنحاء العالم، ولا سيما الغرب. وأهل هذه الفئة ليسوا مسؤولين عن توليد «الإسلاموفوبيا» ولا يروجون لها، وإنما يسهمون فيها بشكل خامل عبر معتقداتهم التجديفية أو ممارساتهم وسلوكياتهم التي لا تمت إلى الإسلام بصلة. هذا فضلا عن أن بعضهم في هاتين المجموعتين لا يعي النشاطات التي يمارسها أعداء الإسلام، أو يخجل من الجهر بمعتقداته، أو يتصف باللامبالاة والرضا الذاتي، أو لديه استراتيجيات لمحاربة الإسلاموفوبيا[1].

واستناداً الى أبحاث ميدانية أجرتها لجنة رانيميد المتخصصة بقضايا الأقليات المسلمة في بريطانيا تظهر وقائع «الإسلاموفوبيا» ضمن صور ومظاهر متعددة يمكن إجمالها على النحو الآتي:[2]

«ينظر إلى الثقافات الإسلامية على أنها كتلة واحدة لا تتغير.

المزاعم التي تقول إن الثقافات الإسلامية مختلفة كلياً عن الثقافات الأخرى.

ينظر إلى الإسلام على أنه تهديد جسيم.

د ـ انتقادات المسلمين للثقافات والمجتمعات الغربية مرفوضة تلقائياً.

هـ ـ الانتقادات الإسلامية للثقافات والمجتمعات الغربية مرفوضة مسبقاً.

و ـ رهاب الإسلام مقترن بالعدائية العنصرية تجاه المهاجرين.

ز ـ الافتراض بأن الإسلاموفوبيا أمر طبيعي ولا يثير الجدل[3].

وتبيِّن الأبحاث والاستطلاعات الميدانية لنشاط الإعلام الغربي في سياق ترويجه لـ «الإسلاموفوبيا» عمق التدخل حتى في أبسط الممارسات الدينية والتقاليد القومية التي يمارسها المسلمون عامة ومسلمو أميركا خاصة. ففي البرامج التلفزيونية وشبكات التواصل الاجتماعي مناظرات ومداخلات تعكس اعتقاد الغرب بأن المسلمين يقمعون نساءهم، وجميع الرجال متعددو

[1]- أمير علي- المصدر نفسه.

[2]- الإسلاموفوبيا: مظاهرها وأخطارها – مقتطف من دراسة استشارية أعدتها لجنة رانيميد حول المسلمين البريطانيين عام 1997. راجع موقع اللجنة: www.runnimedtrust.org

[3]- راجع المصدر نفسه.

الزوجات، والعنف من أساليب حياتهم، والإسلام يفرض الحكم الديكتاتوري ويجيزه، ويخالف الديمقراطية، والشريعة الاسلامية بترت أذرع وأيدي جزء من المواطنين بسبب جرائم تافهة ارتكبوها، وشنقت وقتلت الكثير منهم لأي مخالفة، والمسلمون يمتطون دوماً الجمال ويعيشون في خيم. هذا ويظنون بأن المجتمع الإسلامي لا يحكمه أي قانون. وفي الولايات المتحدة، يمتنع الكثيرون من غير المسلمين عن دخول مركز إسلامي أو مسجد خوفاً على حياتهم. في حين لم يسبق أن تعرض أي شخص غير مسلم لأي فعل عنيف في أي تجمع إسلامي. في المقابل، وقعت مئات أعمال العنف ضد المسلمين، وأماكن تجمعهم، ودور عبادتهم.[1]

عن دور وسائل الإعلام يقول البروفيسور غوردن كونواي رئيس لجنة رانيميد حول المسلمين البريطانيين والإسلاموفوبيا[2]. «من المجحف والظلم تصوير مجتمع ينتمي الى الدين الاسلامي الذي يعود تاريخه إلى أربعة عشر قرناً في قالب شيطاني. فالإسلام هو الدين الذي يعتبر الأسرع انتشاراً في الولايات المتحدة، ولا يمكن أن يكون دين شياطين. فإدانة المسلمين في الولايات المتحدة هي إدانة للبيض، والسود، والأميركيين ذوي الاصول اللاتينية الذين يعتنقون الاسلام. ونحو ثلثي المعتنقين الحديثين للإسلام هم من النساء، وغالبيتهم من البشرة البيضاء، فهل جميعهم مجانين وأغبياء؟ هناك استخدام مفرط لحقوق حرية الصحافة الواردة في قانون التعديل الأول لمهاجمة ما بين خمسة وتسعة ملايين مواطن أميركي (وهم بصدد الازدياد). وذلك إن دل على شيء فعلى أن الاسلام والمسلمين لا يحظون بتمثيل عادل وكاف في وسائل الإعلام. فالإسلام ليس ديناً غريباً كلياً عن الولايات المتحدة لأنه وصل إلى هذه القارة مع وصول الشعب الإفريقي الذي كان حراً إنما استعبده بالقوة تجار الرقيق الأوروبيون والأميركيون»[3]. فلو تم على سبيل المثال تشغيل جهاز التلفاز على برنامج حواري مثل جيرالدو، وريكي لايك، وجيني جونز، جيري سبرينجر، وساليس جيسي رافاييل وغيرهم، سيجد المشاهد حالات كثيرة عن سوء معاملة النساء، أو السفاح، أو أمور غريبة إنما لا أحد يصنفها كأعمال قام بها مجتمع مسيحي، أو يهودي، أو علماني، أو ملحد، بل ينظر إليها على أنها جرائم قام بها أفراد. لكن حين يرتكب مسلم جرماً ما، يصنَّف على أنه عمل قام به مسلم، والأسوأ أنه يروج لذلك على أنه عمل مشتق من التعاليم الإسلامية. «إن من الظلم – كما ورد في دراسة لجنة راينميد- أن تقوم وسائل الإعلام بالتشهير بالإسلام والمسلمين

[1]- أمير علي – مصدر سابق.

[2]- غوردن كونواي، راجع تعليقاته على الدراسة التي أعدتها لجنة رانيميد حول «الإسلاموفوبيا مظاهرها وأخطارها» راجع موقع اللجنة التي يرأس مجلس إدارتها www.runnimedtrust.org.

[3]- المصدر نفسه.

مع العلم أن مسؤوليتها وضع إرشادات عامة لتنظيم النفس. وفي هذا الوقت، لا نقترح إصدار أي تشريع لوقف الإسلاموفوبيا في وسائل الإعلام، إنما على هذه الأخيرة تعيين صحافيين مسلمين بين طاقمها ومنحهم فرص مشاركة كاملة. فضلا عن ذلك، على الصحافيين غير المسلمين التعلم عن الإسلام والمسلمين وتلقي بعض التدريب في مسألة التوعية[1].

ثم يلاحظ أن ما يجري به يومياً على شاشات التلفزة وشبكات التواصل، يفضي إلى أن الفرد في العالم الإسلامي يخضع للجماعة ولقيادة دينية ذات هيبة، في حين أن حرية الفرد في الغرب المحرر من الإكراه السياسي، والديني، والثقافي، مسألة مقدسة في نظام اجتماعي يحد من الاستغلال العشوائي للسلطة الشخصية[2]. لكن رداً على مثل هذه الانتقادات، يضع المسلمون المعاصرون الحرية على مستوى المجتمع، مجادلين بأن الغرب أصبح في غربة عن نفسه، إذ يضع المصلحة الذاتية فوق كل اعتبار. وهذه الانتقادات «للآخر» هي على ارتباط وثيق بالصراع السياسي وسياسة تبرير الذات العقائدية، حيث الهدف الأعلى المنشود أكثر أهمية من آثار العمل الذي يقوم به المرء. وهكذا غالباً ما تلازم الخطاب الغربي حول الحرية والديمقراطية على سبيل المثال بالدعم للقادة القمعيين، تماماً كما استخدمت الدعوات للقيم الروحية والمجتمعية الإسلامية للدفاع عن أعمال تعتبر نقيضة لها[3].

وعلى الرغم من تعدد الصور عن الغرب في الشرق الأوسط المسلم وتقلبها، تنتقل الأفكار المكونة عن الخصم الى مقدمة الوعي عند اشتداد حدة الخلافات السياسية. ففي لحظة الاحتدام، كما هو حاصل في مناخ ما قبل وما بعد أحداث الحادي عشر من سبتمبر، سوف تصحو ذكريات الحروب الدينية والاستعمار وتذكر كأساس لعدم الثقة في الدوافع الغربية. وعندما تشيع الصور التي تصف شدة معاناة العرب والمسلمين على يد غير المسلمين، يسود مناخ من الدفاعية والغضب الأخلاقي. فها هي ذي أميركا تصبح قوة عظمى يجب على السياسيين التودد إليها ولكن لا يستطيعون التأثير فيها، أو مقاومتها، أو حتى فهمها عندما تصيغ سياسات تشجع انعدام المساواة على المستوى السياسي والاقتصادي: فالنفط يتدفق بحرية من بلاد الملوك الإقليميين الأثرياء، والمستوطنون الإسرائيليون يبنون مستوطنات جديدة على الأراضي الفلسطينية، ومؤيدو التغيير

[1]- أمير علي- مصدر سابق.

[2]- للمزيد من التعرّف على رأي المستشرق والمفكر الأميركي المعروف برنار لويس في هذا الصدد انظر كتابه- Bernard Louis، the Atlantic Monthly، Islam and Liberal Democracy، New York 1993 No2 P.89.

[3]- انظر: أمير علي- مصدر سابق.

يخشون على سلامة عائلاتهم وأحبائهم. وفي النهاية، يولد الامتعاض السياسي شعوراً معمماً بخيبة الأمل تجاه الغرب، معززاً المخاوف من أن التأثيرات الخارجية ستدفع بالمسلمين الى التضحية بدينهم، وليس بحقوقهم فحسب. وفي هكذا مناخ نشأت المجموعات الجهادية التي يصفها الغرب بـ «الأصولية» وأثارت درجات متفاوتة من التعاطف الشعبي مع ما أكدته بأن التغيير في الشرق الأوسط لا يمكن أن يتحقق إلا بمواجهة غرب متغطرس سياسياً ومشبوه أخلاقياً. في هذا الإطار، تتردد عبارة «معاداة الغرب» أو «معاداة أميركا» المنهجية على لسان هذه الحركات في العواصم الأجنبية بدويّ أكبر من إدانات الخطط السياسية والعسكرية التي تستحضر صور المسلمين عن «الصليبيين» في العصر الحديث[1].

3 - القنوات الدينية الإسلامية: بين الغايات الكبرى والتوظيف الإيديولوجي

مرَّ معنا كيف أن التراث الديني الاسلامي يمتلئ بمساحة واسعة من المرتكزات المرجعية للإعلام الديني المعاصر. فإذا كان الهدف الأعلى للقنوات الفضائية هو تحقيق التواصل مع جمهورها وبالتالي مع سائر المشاهدين أنّى اختلفت معتقداتهم فإننا سنجد في الثقافة الإسلامية ما يسوِّغ هذا الهدف ويمنحه المشروعية الدينية[2].

غير أن الناظر في الواقع الفعلي للتواصل كما يظهر على عدد كبير من الشاشات الدينية، سوف يلحظ الأمور الآتية[3].

أولاً: يشهد التواصل الديني في المجتمع الإسلامي انخفاضاً في مستوى الإقناع والتأثير والتوجيه لدى الجمهور. وذلك على الرغم من تدفق المادة الدينية الدعوية عبر الفاعلين الدينيين في المؤسسات الدينية الرسمية، وهيئات المجتمع المدني، ووسائل الإعلام والاتصال المختلفة... ولعل مرد ذلك إلى ضعف الوازع الديني والالتزام السلوكي، بسبب شيوع التيارات والفلسفات والأفكار الهدامة والنزعات المادية، الباعثة على الترف والإسراف، وانتشار الميوعة والانحلال الأخلاقي وضعف شبكة التواصل المجتمعية...

ثانياً: تأثر التواصل الديني بدعوات تجديد الخطاب الديني، الناجمة عن التغيرات المتسارعة داخل الأمة وخارجها، وقد نجم عن هذا تأثر الخطاب الديني –في إطار إيصاله والتواصل والتفاعل

[1]- ناثان فانك وعبد العزيز سعيد – الاسلام والغرب – روايات عن الصراع وتحول الصراع – الصحيفة الدولية لدراسات السلام – الجزء التاسع – العدد الأول – ربيع وصيف 2004.

[2]- جميلة زيان- الإعلام ودوره في التواصل الديني. راجع موقع: www.islamlatina.com

[3]- المصدر نفسه.

معه- بالمرجعيات الدينية والفكرية المختلفة للفاعلين الدينيين، نتيجة اختلافهم في تأويل النصوص الشرعية وفهمها، كما نجم عن ذلك أيضاً إلغاء أو تشكيك في بعض الثوابت الإسلامية اتباعاً للرؤية الغربية للدين، حتى يصبح ديناً بلا جوهر، ودعوة بلا دولة، وعقيدة بلا شريعة، وشعائر بلا مقاصد، بدعوى التجديد، الأمر الذي حال دون انفعال النفوس بهذا الخطاب الديني المشوه وغير الشامل، وأثار موجة رد فعل رافضة ومعادية للإنسان الغربي وحضارته، أنتجت خطاباً دينياً متطرفاً، يرتكز على العداء المطلق للآخر وللسياسات الدائرة في فلكه، والدعوة إلى مقاطعته واستئصاله، مما شكل سداً منيعاً أمام التواصل الديني المجتمعي والعالمي.

ثالثاً: على الرغم من انتشار العداء للإسلام والمسلمين، وشيوع فكرة الإرهاب الإسلامي في المنظومة الفكرية والسياسية الغربية، ورواج فكر صراع وصدام الحضارات؛ فإن كثيراً من المثقفين والفاعلين الدينيين والإعلاميين من عقلاء المسلمين وغير المسلمين اتخذوا من الحوار الدعوي والتعايش السلمي في بلاد المهجر، والانفتاح الواعي على ما عند الآخر من قيم ومعانٍ وفضائل، بمقتضى الإرث الإنساني والحضاري المشترك؛ وسائل ناجحة للتواصل الديني والتعرف والاعتراف بالآخر ودينه وثقافته، وعدم نبذه وأخذه بذنب المعتدي، الأمر الذي يلزمنا اليوم بالاهتمام أكثر بالدعوة إلى حوار جاد بين الثقافات والأديان وبحوار الدعوة على الصعيد العالمي.

رابعاً: لم يعد الاتصال المواجهي Face to face، وهو يشمل الندوات والمؤتمرات والخطب والدروس الدينية والاتصالات الشخصية، الوسيلة الوحيدة للتواصل الديني، بل أصبحت أدوات التكنولوجيا والتقنيات الإعلامية الحديثة وسائط ووسائل مهمة وضرورية لإيصال الدعوة إلى كافة الناس، من أجل تصحيح الواقع وإصلاحه وهداية الضال. ومن هنا أنشأ الناس من خلال فضاء الإنترنيت الشاسع منتديات ومدونات ومواقع اجتماعية جذابة، يتبادلون فيها التعليقات ويشاركون بالرأي والحوار في مناقشة القضايا الفكرية والدينية، ويعلنون عن دورات الدروس الدينية، واتخذ مشايخ العلماء والفقهاء مواقع لهم على الشبكة العنكبوتية يتواصلون مع الناس، ويصدرون لهم الفتاوى الشرعية حول المستجدات الدينية. [1]

لقد بات واضحاً من خلال ما تقدمه الأبحاث الميدانية **أن** الواقع الإجمالي لتواصل الدعوة عبر الإعلام يفتقر في الغالب إلى علاقة التفاعل بين القائم بالاتصال، من فاعل ديني وإعلامي، وبين المتلقي. هذا إضافة إلى أن الرسالة الدعوية والحقائق الدينية، وإن كانت تصل عبر وسائل

[1] المصدر نفسه.

الاتصال الجماهيري إلى أكبر عدد ممكن من الناس بمنتهى السرعة والجاذبية الفنية والإخراج التقني العالي، إلا أن التفاعل الواعي معها والاقتناع بحججها الذي يثمر الالتزام بمبادئها، يتطلب المواجهة المباشرة مع المتلقي التي يتحقق معها التواصل الفاعل المنسجم مع الفطرة البشرية السامية.

مثل هذه العناصر الإشكالية في العملية التواصلية تدفع الكثير من الباحثين في علم اجتماع التواصل إلى وجوب إعادة الاعتبار للأفهام المختلفة حيال الواقع الإعلامي الإسلامي واستراتيجيات عمله. وسوف نتوقف في هذا المضمار، عند ثلاثة مواقف من مشكلة تأصيل الإعلام، وهو ما يبينها الباحثون على النحو الآتي[1]:

أولاً: الموقف التقليدي: ويقوم على أن تحقيق التقدم الحضاري المجتمعات المسلمة يكون بالعودة إلى الماضي والعزلة عن المجتمعات المعاصرة، وفي مجال تأصيل الإعلام يفهم عملية تأصيل الإعلام على أنها الاكتفاء بإسهامات و العلماء المسلمين واجتهاداتهم، مع الرفض المطلق لإسهامات المجتمعات الغربية المعاصرة في مجال الإعلام من دون تمييز بين مجالاته المختلفة.

وتتصف عمليه تأصيل الإعلام الإسلامي طبقاً للموقف التقليدي بالآتي:

من ناحية المضمون:

الاستناد إلى أسس فكرية تقارب نظرية السلطة مع مفارقة هذه النظرية التصورَ الإسلامي للإعلام بتأكيده على الشورى على الرغم من التقائه بها في التأكيد على أهمية وضع ضوابط أخلاقيه للعملية الإعلاميه.

الخلط بين الدعوة الإسلامية والإعلام الإسلامي بدلاً من التمييز بينهما مع تأكيد الوحدة والارتباط بينهما، مما يؤدى حضر إلى حصر الإعلام في وظائف الدعاية والتوجيه مع تجاهل باقي وظائفه كالترفيه وتنميه العلاقات الاجتماعية...

عدم الأخذ بالتخطيط الإعلامي وعدم وجود استراتيجية إعلامية.

من ناحية الشكل:

تقديم المادة الإعلامية في قوالب ثابتة لا تعدى الحديث التليفزيوني أو الحوار الإذاعي.

[1]- صبري خليل ـ فلسفة الإعلام الإسلام ـ راجع موقعه الخاص: https://drsabrikhalil.wordpress.com

حصر مضمون رسالة الإعلام الإسلامي في الثقافة النظرية مع إهمال الثقافة التطبيقية المتمثلة في تفاعل رسالة الإعلام الإسلامي مع القضايا المعاصرة للأمة المعالجة التقليدية للقضايا.

ضعف عناصر إثارة اهتمام المتلقي وتشويقه لمواد الإعلام الإسلامي.

ثانياً: الموقف التغريبي: يقوم على أن تحقيق التقدم الحضاري للمجتمعات المسلمة لا يمكن أن يتم إلا باجتثاث الجذور وتبني قيم المجتمعات الغربية. فهو يقوم على القبول المطلق لإسهامات المجتمعات الغربية في مجال الإعلام من دون تمييز بين مجالاته المختلفة.

وهو موقف يقوم على التغريب، الذي يمكن تعريفه بأنه قدر من الشعور المستقر بالانتماء إلى الحضارة الغربية، التي هي نظام شامل متكامل للحياة، علماني في موقفه من الدين، فردي في موقفه من المجتمع، ليبرالي في موقفه من الدولة، رأسمالي في موقفه من الاقتصاد. كان محصلة عوامل نفسية وثقافية وتاريخية وحضارية سادت أوروبا علي مدى نحو سبعة قرون على حساب الولاء الإسلامي[1].

ويمثل التغريب برأي عدد من الباحثين- شكلاً من أشكال الاستعمار الذي لا يقوم على السيطرة العسكرية أساساً، بل يقوم على السيطرة الثقافية بواسطة الإعلام، والفكر، والثقافة، والفن حيث يقدم من خلالها أسلوب الحياة الغربية بصورة عامة (أو الأميركية بصوره خاصة) – على أنه أسلوب الحياة الأمثل لكل المجتمعات[2].

ثالثاً: الموقف التجديدي: ويقوم على أن تحقيق التقدم الحضاري للمجتمعات المسلمة يتم باستيعاب ما لا يتناقض مع أصول الإسلام «التي تمثل الهيكل الحضاري لهذه المجتمعات المسلمة»، سواء كانت من إبداع المسلمين، أو إسهامات المجتمعات المعاصرة الأخرى.

هذا الموقف يتجاوز موقف الرفض المطلق أو القبول المطلق لإسهامات المجتمعات الغربية في مجالات الإعلام إلى موقف نقدي يقوم على التمييز بين مجالاته المختلفة.

فهو يميز بين مجالات الإعلام الثلاثة:

أولاً: فلسفه الإعلام (أي المفاهيم الكلية المجردة التي تستند إليها العملية الاتصالية والاعلامية)

ثانياً: علم الإعلام (أي القوانين الموضوعية التي تضبط حركه العملية الاتصالية والإعلامية).

[1] المصدر نفسه.

[2]- علي محمد شمو – التكنولوجيا الحديثة والاتصال الدولي والانترنت – الشركة السعودية للأبحاث والنشر – جدة 1997.

ثالثاً: فن الإعلام (أي أنماط وأشكال العملية الاتصالية والإعلامية).

والتأصيل ينصب أساساً على المجالات التي تنطوي تحت إطار فلسفه الإعلام لا المجالات التي تنطوي تحت إطار علم الإعلام.

وبالتالي فإن هذا الموقف يفهم عملية تأصيل الإعلام على أنها نشاط معرفي عقلي محدود بالوحي يبحث في مسلمات نظرية كلية سابقة على البحث في العملية الاتصالية والإعلامية.

وهو يقوم على أخذ إسهامات المجتمعات الغربية في مجال فلسفه الإعلام التي لا تتناقض مع النصوص اليقينية الورود والقطعية الدلالة ورد ورفض ما يناقضها[1].

استنتاجات عامة

البرامج الدينية في الاستبيانات الميدانية

درج عدد من مراكز الأبحاث والجامعات على إجراء استبيانات ميدانية للتحقق من البرامج المبثوثة على القنوات الدينية الحكومية والخاصة وذلك من أجل الوقوف على مضامينها ومدى تأثيرها في جمهور المشاهدين. ويمكن أن نعرض هنا مجموعة من الملاحظات والاستنتاجات في هذا الصدد[2].

أولاً: أشارت بعض النتائج الى وجود اهتمام عام بالبرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية الحكومية، فلا توجد قناة فضائية عربية حكومية لا تهتم بعرض البرامج الدينية، إلا أنه من الملاحظ انخفاض نسبة المساحة الزمنية المخصصة لهذه البرامج فعلي سبيل المثال بلغ إجمالي إرسال قطاع القنوات الفضائية المصرية خلال عام 2002/2001 ما يعادل (22990) ساعة ونصف الساعة موزعة على القنوات العاملة (الفضائية الأولي، الثانية، والنيل الدولية). وبتوزيع هذا الكم من ساعات الإرسال وفقا لألوان البرامج والمواد المذاعة تبين أن نسبة البرامج الدينية لا تتجاوز (99،4%) من إجمالي ساعات الإرسال بالبرامج الدينية التي تقدمها هذه الفضائيات من قبل الجمهور في العالم الإسلامي خاصة الدول العربية[3].

ثانياً: أن نسبة كبيرة جداً- لا يستثنى منها إلا القليل- من الأفكار والقضايا المثارة في المضمون

[1]- صبري خليل – مصدر سبق ذكره.

[2]- انظر: تقرير اتحاد الإذاعات العربية في هذا الشأن – مجلة الإذاعات العربية- العدد

[3]- محمد أحمد هاشم إمام – البرامج الدينية في الفضائيات العربية – دراسة تحليلية – رسالة ماجستير – جامعة الأزهر – القاهرة 2006.

الديني الذي تقدمه الفضائيات الحكومية غالباً ما ترتبط باتجاه النظام السياسي الحاكم نحو هذه القضايا والموضوعات مما يحد من قدرة هذه البرامج على معالجة قضايا وموضوعات ملحة أو مجرد التجاوب معها.. بل يصل الأمر إلى أن تفرض الأنظمة السياسية على هذه البرامج الدينية اتجاهاً واحداً ينبغي ألا تتجاوزه.. انطلاقا من الدور الذي يحدده هذا النظام السياسي للدين وعلاقته بالأنظمة المختلفة في المجتمع، الأمر الذي يجعل هذه البرامج تركز على قضايا وموضوعات قديمة وتغرق المشاهد في قصص وبطولات تاريخية ولا تحفل كثيرا بقضايا المجتمع الإسلامي المعاصر ويندر أن تتعرض هذه البرامج لقضايا حيوية معاصرة كالعولمة وصراع الحضارات والغزو الفكري والثقافي وبذلك تخرج مثل هذه البرامج عن دائرة البرامج الدينية الناجحة التي تتحدث بلغة العصر وتعالج مشكلاته، حيث لا يتجاوز دور هذه البرامج الدور التقليدي للبرامج الدينية في وسائل الإعلام المختلفة والذي يتركز حول الوعظ والتوجيه والإرشاد، كما أن المضمون الديني الذي تقدمه غالبا ما يتسم بالتكرار ولا يتطرق للموضوعات والقضايا السياسية والاقتصادية والثقافية الحيوية وعلى الرغم مما تتمتع به بعض القنوات الفضائية الحكومية مثل «الفضائية المصرية» بقدر من الحرية في مناقشة القضايا المطروحة على الساحة الدينية في الفضائيات المصرية فإنه لا يرتفع لدرجة تسمح بمناقشة مختلف القضايا، فهناك من القضايا ما لا يمكن الاقتراب منه كالقضايا المتعلقة بالنظام السياسي في مصر.

ثالثاً: انخفاض اهتمام الفضائيات العربية الخاصة بالبرامج الدينية سواء من حيث عدد هذه البرامج أو من حيث المساحة الزمنية المخصصة لهذه البرامج، إلا أنه يحسب لهذه القنوات خاصة التي تقوم بعرض وتقديم البرامج الدينية أنها عملت على توسيع دائرة الحوار في برامجها الدينية حول بعض القضايا والموضوعات التي اصطلح على تسميتها بالقضايا الحساسة مثل التعاقب السياسي على السلطة وأنظمة الحكم في العالم الإسلامي والديمقراطية وغيرها من القضايا التي لم يكن بالإمكان مناقشتها في السابق في البرامج الدينية ومثال ذلك برنامج «الشريعة والحياة» الذي تبثه قناة «الجزيرة»، وبرنامج «هذا بلاغ للناس» الذي تبثه قناة «دريم الثانية»[1].

ولاحظ الباحث من خلال نتائج دراسته أن المستوى اللغوي السائد في البرامج الدينية التي تقدمها الفضائيات العربية الحكومية هو «فصحى العصر» حيث ساد في (78 حلقة) من إجمالي حلقات البرامج الدينية عينة الدراسة بواقع (55،71%) ويرجع ذلك إلى طبيعة ونوعية الضيوف

[1]- المصدر نفسه.

المشاركين في هذه البرامج وإلي طبيعة البرامج الدينية ونفسها والتي يفترض أنها تعتمد على المستوي الجاد من كل شيء.. من الضيوف المشاركين ومن اللغة السائدة ومعروف أن فصحى العصر هي اللغة المشتركة في العالم العربي المعبرة عن هويته وثقافته. في حين جاء مستوىِ «فصحى التراث» في المرتبة الثانية حيث ساد في 26 حلقة بنسبة (86،23%) من إجمالي الحلقات.

وإلى ذلك فقد كشفت نتائج التحليل النهائية للدراسات المهتمة بالميديا الدينية عن ضعف اهتمام الخطاب الإعلامي في الفضائيات العربية الحكومية بباقي القضايا في المجالات المختلفة فالقضايا السياسية لم تتجاوز (59 قضية) بنسبة (36،9%) كذلك القضايا الاقتصادية (55 قضية) بواقع (72،8%). أما القضايا الثقافية فلم تتعد نسبة الاهتمام بها (87،8%) كما بلغ مجموع القضايا العلمية (47 قضية) بواقع (45،7%). وتشير الدراسة إلى أن القضايا السياسية تكاد تنعدم في مضمون برامج بعض القنوات على الرغم من أن الأحداث السياسية المتلاحقة ويدل ذلك على أنه مازالت بعض الأنظمة العربية تضع حدوداً وخطوطاً للفلك الذي ينبغي أن يدور فيه الدين فلا يتعداها ولا يتجاوزها مهما كانت الأحداث والظروف التي يمر بها العالم الإسلامي ولا تتفق وضعية الدين والقيود المفروضة عليه من بعض الأنظمة العربية مع ما تتميز به رسالة الإسلام من شمول وأنها رسالة تخاطب الإنسان في مختلف مجالات الحياة. ووفقًا لهذه الخاصية فإن المجال مفتوح أمام وسائل الإعلام الإسلامي والديني المتخصصة لتناول مختلف الموضوعات والقضايا التي تعالج مختلف مجالات الحياة كما تعرض هذه الوسائل لما يستجد من أحداث وقضايا في المجتمع لتبين أسلوب معالجها من المنظور الإسلامي.

تمثّلات الإسلام والمسلمين في التغطية الصحفية

سيد م. رضا [*]

تغطي هذه المقالة جانباً إشكالياً في نشاط الميديا المعاصرة، عنينا به الصورة التي تصنعها وسائل الإعلام ووسائل الدعاية الأخرى كالسينما والمؤسسات التعليمية للإسلام والمسلمين.

يعتمد الكاتب هنا صيغة البحث العلمي والنقد لتلك الصورة النمطية التي تعمل عليها السلطات الثقافية الغربية حيال الإسلام في المجتمعين الأميركي والبريطاني، فضلاً عن المجتمع الغربي بوجه عام.

المحرر

يركز هذا البحث على العلاقة التعايشية بين وسائل الإعلام في أحد جوانبها وصناعة السينما والمؤسسات التعليمية وصناع السياسة في استمرار التصورات الخاطئة عن الإسلام، كما يرتبط نطاق هذا البحث في مقامه الأول بتمثلات الإسلام والمسلمين في الولايات المتحدة والمملكة المتحدة، فمعظم التغطية الإخبارية عن الإسلام والمسلمين في وسائل الإعلام موروثة عن التمثلات التاريخية، وعن الكتّاب الأوربيين ومن الأنشودة الفرنسية لرولاند ودانتي ومارتن لوثر عن الحقد التاريخي على المسلمين والإسلام، وقد أحياها كثير منهم في التغطية الصحفية الأكثر تداولا

*ـ أستاذ في كلية اللاهوت ـ قسم الدراسات الدينية والإسلامية ـ جامعة ويلز ثالوث القديس ديفيد ـ الحرم الجامعي بلامبيتر ـ Ceredigion SA48 7ED المملكة المتحدة.

ـ العنوان الأصلي للمقال: Representations of Islam and Muslims in Press coverage.

ـ المصدر: World Journal of Islamic History and Civilizaion.

ـ ترجمة: علي حمادة ـ مراجعة: كريم عبد الرحمن.

اليوم، وقد حوت صناعة السينما وعلى الأخص هوليوود منها طرفا في تأطير الأباطيل، فقد جُسّد المسلمون والعرب منذ 1896م فيما يزيد عن تسعمئة دور عدائي في السينما العامة، كما عُززت هذه الصور بوسائل الإعلام في حالات عدة، وشارك النظام التعليمي الوكالات الإخبارية في نشر معلومات مشوهة عن الإسلام والمسلمين، وأسهم وجود أكاديميين مثل صامويل هنتنجتون وبرنارد لويس ودانيال بايبس في مراكز التعليم العليا في تحريك العداء نحو الإسلام والمسلمين، وقد رسخ زمرة مثل خريجي وأمناء المجلس الأميركي ومعهد واشنطن لدراسات الشرق الأدنى مصالح خاصة في تقديم قوالب نمطية استقرت في الوسط الأكاديمي، كما تقيدت وسائل الإعلام في جل حالاتها بتطورات سياسة الحكومات في الولايات المتحدة والمملكة المتحدة، وشكّل مُلاك الصحافة والرقابيون الأغنياء أو لجنة كريل في عهد الرئيس ويلسون تغطية للثورة الإيرانية وما بعدها وللسياسات التي أحاطت بالقضية الفلسطينية. هذه أمثلة للعلاقة بين الحكومة والإعلام في نشر المعلومات المضللة، وفي النهاية قد انسجم إنتاج الأباطيل بالصحافة وصناعة السينما والنظام التعليمي والمؤسسات الحكومية، وهم يشدّون بعضهم بعضاً في شيطنة الإسلام والمسلمين.

الكلمات المفتاحية :- تمثلات – وسائل إعلام – صناعة السينما ـ تعليم ـ سياسة

مقدمة

تعتمد الجماهير على وسائل الإعلام عموما باعتبارها المعين الوحيد لمصدر المعلومات عن الأحداث الجارية. وكما لاحظ وولتر ليبمانن Walter Lippmann أن التمثلات و"الصور في رؤوسنا" منعكسة أولياً من "الواقع الزائف" ومن التغطية الصحفية (1) وقد تنشر هذه الصور للجمهور على أنها حقائق 'واضحة وموجودة'، وتحلَّ هذه العملية على نحو متكرر في المؤسسات الإعلامية.

كذلك يرى بول وريتشاردسون Poole and Richardson أن موضوعات الإسلام والمسلمين أصبحت جديرة بالاهتمام بعد عالم 29 سبتمبر(2)، وفي معظم الحالات ارتبطت دول الإسلام والمسلمين عموما بأنها متخلّفة وجاهلة ومتشردة وفاشلة. ويُنظر إليها على أنها تهدد المجتمعات العلمانية والليبرالية، وترى الديمقراطية على أنها حقيقة لا يمكن تحققها. وقد تنشر في حالات نادرة قصص نجاح عن مسلمين باعتبارهم تابعين للإسلام، كما يبطن القارئ من دون تعميم أن وسائل الإعلام تعمل في إطار خطاب سخيف وأبتر. وقد يُمسخ الاختلاف والتركيب المبتذل للدين وتابعيه إلى كيان منسجم أحياناً، ويرى ريتشاردسون أن كثيرا من هذه المعلومات لا يُدرك اختلافها وهي في واقع فعلي مختلف(3).

سنحدّد في سياق البحث اصطلاح وسائل الإعلام باعتباره مكونًا زائع الانتشار يشمل الأخبار المتلفزة والإذاعية، وكذلك الأخبار المطبوعة والإنترنت إلا إذا ورد شيء غير ذلك. كما يركز البحث على التمثلات المرتبطة بالإسلام والمسلمين في الولايات المتحدة الأميركية والمملكة المتحدة في المقام الأول. وسوف نشير بإيجاز إلى بلدان أخرى في الغرب، وتغطية تمثلات وسائل الإعلام في كل بلد غربي لا يسعها منظور بحثنا هذا.

وسوف يُغطي هذا البحث المؤثرات الخارجية على وكالات الإعلام بنهج تكاملي، ويسلّط الضوء على تأثيرات القالب النمطي من الموروث التاريخي المُحرّف الذي يتكامل رباطه مع فرقعات هوليوود في أفلامها، وبالتالي سحرت صور الإعلام المؤسسات التعليمية والسياسات الحكومية، وهي أيضا عوامل تشكل روايات التغطية الإعلامية لعديد من القصص الإخبارية. وسوف نُفصّل التغطية الإعلامية بعد أحداث (11) سبتمبر في الولايات المتحدة الأميريكية والمملكة المتحدة. ونهايةً سنتطرّق إلى الإنترنت والإعلام البديل ومحاولات إزالة هذه التصورات بإيجاز، أمّا الموضوع الرئيس لهذا البحث فهو أن هناك محاولات بالإعلام والتأثيرات الخارجية التي ذكرناها آنفا للحفاظ على البناء المعياري في صياغة الأباطيل.

التاريخ والتغطية الإعلامية:

معظم قصص الأخبار عن الإسلام والمسلمين في الإعلام اليوم موروثة من التصورات التاريخية. وقد شُغل الكتاب الأوربيون بمعرفة الإسلام لأسباب عدائية في وقت مبكر من القرن الثاني عشر. ويرى كارل أرنست أن السبب الرئيس لعداء الإسلام في العصر الوسيط هو الحروب الصليبية وغزو الأراضي المقدسة التي كان يحكمها العرب والأتراك، وكان الحال كذلك بالنسبة للفتح الأسباني في 1492. وكانت الأعمال الإنجليزية في مطلع القرن السابع عشر 'تنظر إلى العثمانيين بخوف وذعر، ويرونهم قوة عظمى تهدد بسحق كل أوروبا" (3).

ودعمت الولايات المتحدة حق تقرير المصير ضد الاستعمار في الجزء الأول من القرن العشرين، ونظرت إلى الحركات الشعبية في العالم الثالث بريبة خاصة النفوذ السوفيتي في الجزء الثاني من القرن، وشكّلت إدارات ترومان وإيزنهاور وكيندي تحالفاً لاحتواء التوسع السوفيتي (5).

وقد حددت الولايات المتحدة سياستها في العالم العربي (1955-1970) بمعارضة القومية العربية العلمانية وعلى رأسها جمال عبد الناصر. وشكلت في أواخر الخمسينيات والستينيات تحالفات مع غالبية الدول المسلمة لمواجهة اللا دينية الشيوعية (5). ولكن سياستها قد تغيرت تجاه هذه الأنظمة

مع ظهور انفجارات الإسلام السياسي في السبعينيات. وتحولت كل التصورات فجأة جراء الحرب العربية الإسرائيلية، والحظر النفطي الذي رافقها والثورة الإيرانية (5) فطُبّق اصطلاح المتطرف على المسلمين بعد الثورة، وانكشفت صورة الحريم من الحظر النفطي(6)، وصورة الحريم هي الصورة المتدوالة حتى الآن.

وسوف تمتد ظهور الأباطيل عن الإسلام والمسلمين في المستقبل وستنتشر صور تاريخية لا حصر لها في صناعة السينما، التي لا يمكن الجزم بأنها الوسيلة الأعظم نفوذاً في خضم المشاعر العامة.

هوليوود وتمثلاث الإسلام والمسلمين:

لاحظ أحد المراقبين 'أن العنصرية أدت إلى اعتقال اليابنيين الأميركيين في أثناء الحرب العالمية الثانية، وقد جُعِلَ هذا جزءًا في صناعة السينما وجزءًا في الصحافة، كما صار العرب أحدث ضحية للقوالب الإعلامية النمطية (1). وأصبح تأثير أفلام هوليوود على صور وسائل الإعلام واضحة وحاضرة.

يرى جاك شاهين - في 'حقيقة العرب الرديئة - كيف تشوه هوليوود الناس'، وأن غالبية الأفلام التي تنتجها تحتوي على شخصيات مسلمة وعربية تُصوّر على نحو غير مناسب عموماً (7). ويرى إدوارد سعيد أن الغاية من الأفلام أولاً هو شيطنة المسلمين وإهانتهم. وثانيا إظهار الإنسان الغربي على أنّه الجسور والبطل الأمريكي الذي يقتلهم على الغالب (8). وقد وجد شاهين بعد مراجعة تسعمئة فيلم به شخصيات إسلامية وعربية أن الصورة الدينية والثقافية مشوهة غالباً. فيها أدى المسلمون أدوارًا كاريكاتورية وعدائية منذ عام 1896، ونُظر إليهم على أنهم مصدر كل شر، واستخفاف وسخرية من قبل هوليوود هذه هي سمة هوليوود الشائعة في مخطط القتل السياسي.

مئات الأفلام حملت الأباطيل مثل المرشح منشوري، والعملاء الفيدراليين، وعالم الرذيلة، وقوة الجو الوحيدة، والأحد الأسود، وقوة دلتا، والقرار الإجرائي، وعشتار، وقتل الشوارع وأختام البحرية، والبرعم، وقواعد الاشتباك، كلها كذب بواح. (9).

ولم يكن منذ عام 1906م إلى الآن سوى قليل من الأفلام التي تصور الإسلام والمسلمين والعرب بشكل إيجابي، بل نادراً ما يوجد بطل الرواية في السينما مسلمًا، ومن الأمثلة البارزة على ذلك 'الأمير فيصل (أليك جينيس) في لورانس العرب، وعمر المختار (أنتوني كوين) المعروف

بأسد الصحراء، والمهدي (لورانس أوليفيه) في الخرطوم (لويس 1995م)، ومالكوم X (دينزل واشنطن) في مالكوم X (كارسون 1995م) والبربري النبيل عزام (موجان فريمان)، في روبن وود حيث أمير اللصوص والمحارب العربي الجسور أحمد بن فضلان بن العباس بن راشد بن حماد (أنطونيو بانديراس)، وفي المحارب 13........(9).

وكما لاحظ شاهين أن الحياة المتنوعة للمسلمين تتحدى هذه القوالب النمطية (9)، ومع ذلك فقد وجد في دراسته أنه منذ 1980م والتلفاز يعيد تدوير الأفلام مثل فيلم الشيخ والمومياء وقواعد الاشتباك وأفلام أخرى تصور المسلمين والإسلام والعرب بصورة غير مناسبة. وهذا لا يؤثر في التغطية الإعلامية فحسب بل في الشعور العام.

إن تصوير العرب والمسلمين على أنهم ʻنمط بدائي أخرʼ يبعث القلق، يرى دايا سوسو Daya Thussu أن الشخصيات في أفلام هوليوود تتشكل بواحدة من ثلاثة إما ملياردير أو قاذف قنابل أو راقصات عاريات البطن، وهذا ما يُطلق عليه ʻهلودة الإسلام (Hollywoodization of Islamʻ(10)، والأفلام التي أنتجت في ألمانيا النازية صورت اليهود باعتبارهم جامعي مالٍ وباحثين عن الشقراوات الآريات ومؤمنين بإله آخر (9)، والتحزبية المعادية من هذا النوع ولّدت فزعٍ المشاعر ضد اليهود في ألمانيا. وكانت المحصلة النهائية لهذا هي الإبادة الجماعية لكثير من اليهود في أوروبا.

يلاحظ جاك شاهين للأسف» أن العرب يُصوَّرون في صور جحافل هتلر وحركة أتيلا، مستترين في ظلال قنبلة AK-47 أو بصورة خنجر في يد لص أو بصورة الاغتصاب وقتل الأبرياء» (23). وتبث هذه الصور في مؤسسات إعلامية عدة. وعلى هذا الطول الموجي ترتبط وسائل الإعلام ارتباطاً وثيقاً بمؤسسات التعليم في نقل المعلومات المضللة عن الإسلام والمسلمين.

التعليم وتمثيل الإسلام والمسلمين:

قد أوضحت الدراسات الحديثة أن تشكيل المعتقدات وترسيخها من قبل مقدمي المعلومات يميل إلى التلاعب بالتصورات العامة، وربما يؤدي هذا دوراً حاسماً لبروز التمثلات للجماهير. ويوجد مجموعة متنوعة من وسائل الإعلام والمؤسسات التعليمية لها أثار متباينة في المعتقدات (11).

وقد يغترب الإسلام والمسلمون عن الغرب عموما. والمعلومات التعليمية التي تبث عبر وسائل الإعلام والأفلام منقوصة، وقد تتأصل القوالب النمطية في الثقافة الأميركية. وتمثّل العداوة

الاستعمارية التاريخية والأحداث الجيوسياسية مثل أزمة السويس والصراع العربي الإسرائيلي والحظر النفطي الذي لحقه والثورة الإيرانية أسباب لتمثلات شائعة.

وهناك سبب رئيس آخر للأباطيل التي تحاك ضد الإسلام وهو ضعف التعليم العام كما ترى سوزان دوجلاس وروس دون اللذان لاحظا أن الإسلام قد استبعد من المناهج التعليمية في حين أدخلت برامج تعليمية جديدة في الستينيات (12). وقُدم الإسلام إلى التعليم في وقت لاحق (عام 1988م) حين صُدِّق على ميثاق ويليامسبورج كارتر Willamsburg Charter الذي عقده الدكتور محمد W.D. Mohammad وشهدته الجمعية الإسلامية لأمريكا الشمالية (12). لذلك دخل الإسلام النظام متأخرا للغاية، فنتج عن هذا نقص في التعليم المتاح لمعرفة الإسلام.

طوّر صامويل هنتنجتون الأستاذ في جامعة هارفارد قضية صدام الحضارات، وهو يتصور فيها صراعا بين الشرق والغرب، فيقول إرفاند إبراهيميان Ervand Abrahamian إن الإعلام يستخدم هذا النموذج على الغالب. ومن المثير للاهتمام أن الأوساط الأكاديمية قد رفضت هذه النظرية من البداية (13)، وانتقدتها مصادر الأخبار مثل الشؤون الخارجية، ولكن كرّست الوكالات مقالات تدعمه بعد ذلك وهي تعزز الحرب بين الحضارات(13).

ويقرر إبراهيميان أن صراع المصالح قد يزيد من صراع الثقافات. لذلك قال هنتنجتون لصحيفة نيويورك تايمز إن الصراع قد تسارع بأسامة بن لادن، وأظهرت وسائل إعلام الولايات المتحدة بعد أحداث الحادي عشر من سبتمبر نجاح هنتجتون في تقديم الصراع الثقافي (3). وأشار إلى العدوانية في الشيشان وكوسوفو وكشمير والبوسنة، اتّباعاً للأباطيل السابقة كتب هنتجتون في النيوزويك مقالاً بعنوان 'عصر الحروب' وأن الحادي عشر من سبتمبر امتداد للحروب في أمريكا ونهوض الوعي الإسلامي (13).

وهناك أكاديمي آخر في شؤون الشرق الأوسط وهو أستاذ في جامعة بنسلفانيا وهو برنارد لويس، قد كتب 'ما حدث بعد الحادي عشر من سبتمبر خطأ'، وهو ينظر إلى جذور الغضب الإسلامي. وقد أثر في سياسة الحكومة ومخرجات وسائل الإعلام كذلك. ورحّب بول وولفاويتز Paul Wolfawitz وهو نائب سابق في سكرتارية بوش بأنه باحث عظيم في الدراسات الأنجلو أمريكية، وقلّد حجج أسلافه نفسها غير المتوافقة عن الإسلام والديمقراطية والفصل بين الكنيسة والسياسة، وتعزيز المغالطات التاريخية مثل الحروب الصليبية وكلمة 'سفاك' التي نشأت في الشرق الأوسط، وينتهي إلى أنه من الطبيعي لهم أن يكرهونا، ويرى لويس أن المسلمين مستاؤون من تدمير الخلافة.

وهناك مجادل آخر عنيف وهو دانيال بايبس Daniel Pipes في معهد السياسة الخارجية وجامعة واتش Watch لاحظ أن القضية الرئيسة هي عما إذا كان المسلمون سوف يتحدثون.... وهم فشلوا في التحديث، وسجلهم العصي من الجهل والفقر والتعصب والاستبداد سوف يستمر أو سوف يزداد سوءًا (14)، ويتبنى بايبس وغيره آراء متشابهة لا تمثل المهمشين، وتأثر آراؤهم في وسائل الإعلام والشعور العام. وقد حاول بايبس ومناصرو هذه الآراء تهميش دعاوى الأكاديميين الذين نشروا تعليقات معادية للولايات المتحدة الأميركية في حرم جامعة واتش (Campus Watch 13)) مثل إدوارد. ويلاحظ المجادل المذكور سلفا ' تنكر الإسلام لإرهابه واستبداده وعنفه في حين يطمئنون أنفسهم بمظاهر تليفزيونية وخطب كتب متكررة (8). وهناك دائرة من وكالات الإعلام تدعم الآراء الضارة في الأكاديمية والعكس.

وقد نشرت الكيانات اليمينيّة المتطرفة مثل مجلس الأمناء والخريجين الأميركي الذي يترأسه لين تشيني Lynne Cheney كتيباً بعنوان 'دفاعا عن الحضارة: كيف أسقطت جامعاتنا أمريكا'، التي تكفلت بحذف موضوعات عن الشرق الأوسط من مناهجها الدراسية، واتهم الكتيب الأكاديميين بآراء 'مغلوطة'، وقد أشاد وول ستريت جورنال وواشنطن تايمز بالكتيب في عرضها (8). وأظهرت عدة مؤسسات الإعلام العامة دعمها لهذا المجلس.

ونشرت دراسة مماثلة لمارتن كرامر في معهد واشنطن لدراسات الشرق الأدنى بعنوان "أبراج عاجية على الرمل: فشل دراسات الشرق الأوسط في أمريكا"، يتهم فيها إدوارد سعيد بأنه قوض دراسات الشرق الأوسط في أمريكا، وفي اعتقاده أن آراء مثل هؤلاء الباحثين لم تسمح لأميركا بمنع الكوارث مثل الحادي عشر من سبتمبر (8) ونتيجة لذلك حث الكونجرس على وقف تمويل دراسات الشرق الأوسط في الجامعات، وأثنى كرامر على الجمهورية الجديدة، واتهم MESA بدعم بن لادن (8) ومن ثم ظهرت العلاقة التضامنية بين وسائل الإعلام والمؤسسات التعليمية التي ترسم إشكالية التمثلات للعامة، وقد أدت التطورات التاريخية وصناعة السينما والمؤسسات التعليمية ووسائل الإعلام دوراً كبيراً في تأجيج المؤسسات الحكومية، وقد انعكس هذا على السياسات التي صُنعت.

سياسة الحكومة والتغطية الإعلامية:

تعد وسائل الإعلام الملكية الرابعة للحكومة بعد الأجهزة التنفيذية والتشريعية والقضائية لما لها من تأثير تحدثه في المجتمع؛ لأن المقاصد والغايات هي السيطرة على وسائل الإعلام، وربما هذه أحد الأسباب للتمثلات غير المناسبة للإسلام والمسلمين، وتؤدي ملكية المؤسسات

دوراً محورياً في الرقابة، حيث تملك شركة روبرت موردوك نيوز 35% من الأخبار اليومية (6). ويثير دور وسائل الإعلام في السياسات المعاصرة تساؤلات حول السيطرة على الشعور العام وأثره في خنق الديمقراطية.

لقد انتخب وودرو ويلسون Woodrow Wilson لمنصبه في أثناء الحرب العالمية الأولى على منصة 'سلام بلا انتصار'(5). وكان الشعب مسالماً ويشعر بأنه لا حاجة إلى الانخراط في حرب أوربية، ولم يعلموا أن إدارة ويلسون قد ارتبطت بها بالفعل، وشُكِّلت لجنة كريل في محاولة لعسكرة الشعب، ونجحت اللجنة في غضون ستة أشهر في تحويل الأمة المسالمة إلى حد كبير إلى أمة عدوانية، واقتنع الأمريكيون بضرورة الحرب التي تنقذ العالم من خصومه (15). ورأى والتر ليبمانن Walter Lippmann نقيب الصحفيين الأمريكيين وهو ضمن هذه اللجنة ' أن الثورة في فن الديمقراطية يمكن أن تُسْتخدم لصنع القبول للوصول إلى إقناع الجمهور بأشياء لا يرغبها بتقنيات الدعاية الجديدة' (15). وهنا استخدمت وسائل الإعلام لتلقن الأمريكيين دعم الحرب العالمية الأولى.

وتؤدى وسائل الإعلام وصانعو السياسة دوراً نفاقياً في صيرورة الأباطيل، وحدث هذا على سبيل المثال في أثناء حكم الشاه لإيران، والتغيير المفاجئ للأنظمة بعد الثورة الإيرانية، وعندما حدثت الثورة تحولت معها السياسات الحكومية والتمثلات الإعلامية، وفي التطورات اللاحقة لم تهتم وسائل الإعلام بتغطية تقرير التنمية البشرية عام 1994م الذي وجد إيران من العشرة الأوائل في مجال التنمية البشرية، كما لم يُنظر إلى تقرير الوكالة الدولية للطاقة الذرية الذي يفترض أن إيران تنتج الطاقة النووية لأغراض سلمية (10). وأشار مسؤول أمريكي إلى أن 'التجربة الإيرانية تتوافق تماماً مع التفكير الأمريكي عن العنف والصبغة الأميركية المضادة للإسلام الأصولي (5).

ويشير دايا سوسو أن التغطية الإخبارية تحاكي لغة السياسة عموما (16). وعلى سبيل المثال حضور الولايات المتحدة في مختلف أنحاء العالم له ما يبرره وهو بحجة مناهضة الأصولية أو التهديد الإسلامي كما قال جنرال الناتو السابق. وتعزف وسائل الإعلام نغم السياسة، وتبنّى ريتشارد بوليت Richard Bulliet تأثير الأعمال الأكاديمية في سياسة الحكومة وبالتالي على التغطية الإعلامية. وبعد نشر الدكتور مغيث الدين صديقي في صحيفة نيويورك تايمز وواشنطن بوست ولوس أنجلوس تايمز تقريره الذي يرى فيه 'أن معظم وسائل الإعلام تدعم وتتبع نهج الإدارة في قضايا السياسة الخارجية التي تتعلق بالإسلام والمسلمين' (14)، فهناك عجز في التحليل النقدي

والمحايد من قبل وكالات الإعلام.

وعندما أصر دنيس روس المبعوث السابق للشرق الأوسط على أن " كراهية بن لادن لا علاقة لها بفلسطين بل هي كراهة للحداثة والغرب". وفشل روس في ذكر أن تنظيم القاعدة قد أدرج في رسائله المرئية فلسطين، ولم يفرج عن النسخة الثانية لتسجيلات بن لادن بعد الحادي عشر من سبتمبر في الصحافة لأنه يتحدث عن 'الانتقام لفلسطين'، ولم تغطِّ معظم الصحف هذه الملاحظات في وقت لاحق(14)، وغطت ما يتعلق بالقضية الفلسطينية بعلاقته بالحادي عشر من سبتمبر. ورأت كثير من وكالات الأنباء أن هذا لا يستحق النشر، وأصبح مسار الحزب الجمهوري هو القصة الرسمية للتغطية الإخبارية في كثير من وسائل الإعلام الأميركية.

إنّ اعتماد وسائل الإعلام على الحكومة في القصص الإخبارية جليّ تماما، ولكن مسؤولي الولايات المتحدة ينكرون العلاقة بين الصحافة والسياسة الأميركية، وشجب مساعد وزير الخارجية روبرت بيلليترو مساواة وسائل الإعلام الإسلام بالأصولية، ولا يتفق على ربط الصحافة بالسياسة الأميركية بأي شكل (5). ومع ذلك اتفق صانعو سياسة الدولة على أن التغطية الصحفية تعقد عملية إرساء السياسات البنَّاءة (5). وبالتالي إن درجة النفوذ متجذرة في علاقة الإعلام السياسي.

وقد احتلت رقابة الإعلام من قبل حكومة الولايات المتحدة مواقعها في كثير من الحالات بعد الحادي عشر من سبتمبر، وعندما أعلن بن لادن أن الهجمات كانت رداً على ثمانين عاماً من الحرب على الشرق الأوسط، طلبت إدارة بوش من وسائل الإعلام عدم نشر "الدعاوى الملتهبة" (16). وحذت الصحافة حذوه من دون الرجوع إلى الإدارة، وهذا يؤكد العلاقة الثنائية بين وسائل الإعلام والحكومة في تجانس التغطية الصحفية.

وسائل الإعلام الإذاعية والمطبوعة:

بالنظر إلى المدى برمته للتمثلات على الإسلام والمسلمين فإنه يخرج عن نطاق هذه الورقة، غير أن كل التغطية مع ذلك تُشجع الأباطيل، وبعد أحداث الحادي عشر من سبتمبر لاحظ ناكوس وتوريس -ريانا Nacos and Torres-Reyna 'أوضاع مسلمي أميركا قبل وبعد 11 سبتمبر' ووجد موجة من التقارير تركِّز على وطنية المسلمين والعرب الأميركيين، وقلل من القوالب النمطية التي يدعم أفرادها الإرهاب (1). وركز التقرير على أربع صحف في نيويورك وهي نيويورك والتايمز والبوست وأميركا اليوم USA Today.

ومنح الأميركيون المسلمين تغطية صحفية منقطعة النظير، ووفقاً لهذه الدراسة قد انخفض النشر النمطي، وتحول بدرجة كبيرة من تغطية عرضية إلى تناول موضوعي. ولاحظ أحد الخبراء في مجال التغطية العرضية أنه من الصعب تفسير ثقافة شعوب الشرق الأوسط على عجالة في دقيقتين لشبكة أخبار أو قصص إخبارية (16). ولاقت وسائل الإعلام المطبوعة بحروفها وأعمدتها التي تركِّز على المسلمين الأميركيين قبولاً، وأثار ذلك مناقشات حادة على صفحات الويب المختلفة، ولم يكن هذا التوازن في التغطية الإخبارية مؤشراً للوطنية. ونيويورك ولاية متحررة ومتنوعة نسبياً. ولا ينبغي الخلط بين المخرجات التي غطتها هذه الدراسة بالتغطية في بقية أنحاء الوطن.

وقد غطت صحيفة نيويورك تايمز كثيراً من الأباطيل على الإسلام مثل الأمراض الاجتماعية والاقتصادية والسياسية وغياب الديمقراطية وأوجه القصور التعليمي والانفجارات السكانية والركود الاقتصادي وبطالة الشباب وفشل العلم في العصور الوسطى. وهذه هي بعض التمثلات التي يُصوَّر بها الإسلام والمسلمون(16).

وتقدم التغطية الصحفية على الغالب تعريفات سطحية من دون محتوى لاصطلاحات مثل الأصولية والشريعة والراديكالية أو التطرف، وينبغي أن يكون هناك اتجاه للحد الأدنى من المحتوى كما يرى إدوارد سعيد. وبعيدا عن الخطابات الحادة وبالرجوع للإحصائيات كتقريب النسبة المئوية للمسلمين الأصوليين سوف يتم إعانة المشاهدين على فهم طبيعة التهديد.

ويوظف الأكاديميون هذا النوع من السياقية الخارجة عادة مثل دانيال بايبس، حيث يجمع كل الأصوليين المسلمين في كيان واحد من دون تمييز أو يستشهد بدليل إحصائي في قضيته، وقد نشرت في 1995م عينة فكر في الاهتمام القومي تقول 'لا يوجد اعتدال: التعامل مع الإسلام الأصولي'(16). ونفهم من قراءة العنوان الشعور بالذنب تجاه المسلمين. وبإمكان القارئ أن يتوقع ما يمكن معرفته في هذا المقال، وقد يسأل الباحثون لماذا هذا الاستقطاب على مدى العقود الماضية. وقد وجد الدكتور غريب وحداد وإدوارد سعيد وليي أن هناك تحيزاً ثقافياً وصراعاً بين العرب وإسرائيل، ونفوذاً سياسياً مؤيداً للّوبي الإسرائيلي وتأثيره في وسائل الإعلام.....(16).

وكانت هناك تغطية إعلامية نادرة على الشرق الأوسط وعلى قضية فلسطين، حيث ناقش مقالين في جريدة التايمز العلاقة بين فلسطين والحادي عشر من سبتمبر، وقد خُنق النقاش بإدانة أي شخص يتطرق للعلاقة بين فلسطين وأحداث الحادي عشر من سبتمبر، وكان التركيز على ربط الإسلام بنظام شمولي وتجنب ربطه بالقضية الفلسطينية.

وليست كل التغطية في الغرب موحدة إذ يقرُّ روبرت فيسك بأن 'النهج الأمريكي يختلف كثيرا عن التغطية الأوربية' (16). وادعى توني جود Tony Judt أنه يهودي يكره نفسه لانتقاده السياسة الخارجية الأميركية وقضية فلسطين في مقال له في لندن ريفيو London Review(16). وتماشياً مع هذه الحقيقة ذكر ديفيد هارست من صحيفة الجارديان أن فلسطين هي محور الأزمة، وكتب فريد هاليداي في الجارديان أيضا أن هذا الصراع ناشئٌ عن التوترات السياسيّة في فلسطين وليس الحديث السخيف عن صراع الحضارات. ورأى مايكل إجناتيف في الجارديان أن الطريق الوحيد لحل قضية الإرهاب هو حل القضية الفلسطينية، وقد فسرت التايمز هذا بعدم وجود علاقة بين الحادي عشر من سبتمبر وفلسطين (16)، وقد أقرَّ أحد المراقبين بأن الهجمات تنبع من "معين الغضب الذي لا ينضب" وليس من صدام الحضارات الذي وجده سخافة، ومن المثير للاهتمام في السياق الأمريكي أن نلاحظ أنه بعد أحداث الحادي من سبتمبر اعتقد 68% من الأميركيين أن الأحداث كانت ترتبط بالعلاقات الأميركية الإسرائيلية (16).

وقد زادت الأباطيل أيضا في المملكة المتحدة بعد الحادي عشر من سبتمبر. وشاركت بريطانيا الولايات المتحدة ودول أخرى الحرب على الإرهاب. وظهر "داخل التهديد" حكاية شعبية في الصحافة. وركزت كثير من المقالات على حركة المهاجرين إلى بريطانيا. وتصاعدت الهستيريا حيث ظهرت على السطح التغطية المشكوك فيها والمقاومة للترحيل في أكتوبر 2001(6)، والحكاية الغالبة هي ربط المسلمين بشبكات الإرهاب، واعتبرت الجارديان في 26 و28 سبتمبر أن أي شخص ينتمي إلى جماعات متطرفة إرهابي. وافترضت أن هناك خمسمئة بريطاني مسلم التحقوا بمخيمات إرهابية في أفغانستان (6)، وذكرت صحيفة التايمز أن المسلمين يبحثون عن سبل للمشاركة في العمل العسكري بالخارج، وأشارت الصحيفة إلى المجموعات الهامشية وعدد من الحروب التي شارك فيها المسلمون البريطانيون القتال. واكتشف تحقيق لمكتب التحقيقات الفيدرالي في 23 من أكتوبر 2001 أنه ليس هناك دليل على وجود خلايا للقاعدة (6)، وهذه القصص الإخبارية كانت محورًا في قضايا الأمن القومي البريطاني بل قادت الصحف الرائدة في المملكة المتحدة بما فيها التايمز، وتجنبت نشره (6)، وهي تشابه تغطية وسائل الإعلام الأميركية وأنها "ليست جديدة" في إنتاج قيمة ترفيهيّة غالبا ما تكون مشوهة.

ووفقا للوقائع المذكورة أعلاه، صدر في 12 نوفمبر2001م مشروع قانون مكافحة الإرهاب والجريمة الذي صاغه بيل Bill، وأعيد للسطح الخطاب المشابه، وتعاظم الميل إلى تهويل الخطر، ورداً على ذلك ذكرت صحيفة التايمز أنه ينبغي أن يُراقب المسلمون الذين يحرِّضون على الكراهية

بالقانون (6)، ورأت الجارديان أن الإسلاموفوبيا شكل من الرقابة، وأيَّدت تشريعات مكافحة الإرهاب أيضا، كما لاحظت أن الحريات قد تقلصت، (6)، وقد بُررت الكراهية تجاه المسلمين هنا في حين أن المسلمين الذين يكرهون الآخرين يجب أن يُدانوا صراحةً، وربما كانت الإدانة بالكراهية بشكل صريح على مستوى واحد حلاً أفضل.

وقد أُنشئ كيان مستقل منظم ذاتياً عُرف بلجنة الشكاوى الصحفية (17) (PCC).وهي تتناول الشكاوى المتعلقة بالمحتوى التحريري في الإعلام المطبوع التي تفتح بوّابات المساءلة على وكالات الإعلام والأباطيل التي تبثها، وعلى سبيل المثال تعلقت 17.9% من الشكاوى في عام 2002م بالتمييز، حيث أقيمت في العام نفسه 2630 شكوى، ووجد أن 74% من الشكاوى ليس فيها خرق للقانون، وتم الفصل في 2% منها، وأيدت 1% منها (17). و الإحصائيات نفسها كانت في 2003م، وينبني على هذا أن عدد الشكاوى المشروعة ضد الصحافة ضئيل للغاية، وأرى أن الحاجة إلى حرية الصحافة وعدم الرقابة أمران جوهريان. ومع ذلك فإن الأباطيل تجرّد الأقليات من حقوق الإنسان وتدخلهم عالم التمييز والكراهية. ولذا ينبغي أن تُأخذ هذه الشكاوى على محمل الجد ويُفصل فيها بنزاهة.

الإنترنت والإعلام البديل:

يمكن مجابهة عدد من الأباطيل المتفشية بالإنترنت، لأنه يصل أطراف العالم الإسلامي، وهو مصدر مفتوح يتيح حرية المعلومات، ويمنح عمل محتوى إسلامي وخيارات الرد عليه، ويقدم كذلك صوتاً مضاداً للأباطيل، ويرى الدكتور جاري بونت Gary Bunt مؤلف مقال "إنترنت الإسلام iMuslim": إعادة توجيه بيت الإسلام، وأن قائمة الإيميلات والتزويد بمقتطفات الأخبار RSS feeds والنشرات الصوتية podcasts والمدونات blogs تعني أن الإسلام في حالة تجدد وتواصل مع الحياة اليومية (18).

ويحدد بونت بعض التحديات التي تتعلق بإمكانية التواصل، ويقول « ليست كل جوانب الإسلام كائنة على الإنترنت، خاصة هناك ديموجغرافيات منخفضة أو عناصر ساكنة (18)، وقد وجد تقرير التنمية البشرية العربية أن إمكانية التواصل محدودة في بعض البلدان، ومرتفعة في بلدان أخرى كالإمارات والبحرين والكويت ولكنها منخفضة للغاية في اليمن والسودان والعراق(19).

وتتفاقم الأباطيل في حالات عدة بالعناصر المتطرفة بالاسم في المجتمع المسلم، وتستعمل القاعدة الإنترنت للتلاعب ونشر رسائلها لجمهور عريض أكثر من أي وقت مضى، وتستخدم غرف

الدردشة والمدونات وهي أرضية خصبة للتربية من هذا النوع.

وتؤدي وسائل الإعلام البديلة دورًا كبيراً في الكشف عن الأباطيل، وهي قدمت ولا تزال تقدم صوتا بديلاً للأباطيل، ومن هذه الأمثلة المتعلقة بهذا قناة الجزيرة التي توفّر صوتاً للشوارع العربية(2)، وينطوي هذا التوحيد وحراك الجماهير في العالم الإسلامي على إمكانات ديمقراطية الإعلام الذي تسيطر عليه الحكومة وضياعه. وكثير من الأباطيل ممنهجة صراحة في العملية.

النتائج: الطريق إلى الآتي:

إن ميل وسائل الإعلام لاختزال "الإسلام في حفنة قواعد وقوالب وتعميمات عن الإيمان، وتعزيز كل الحقائق السلبية المرتبطة به" خطر وله تداعيات سيئة (8). والعدوانية والاختزال الموجودان في التمثلات السينمائية يولدان ميلاً نحو إنتاج أخبار مغلوطة تتحدث عن الإسلام وتابعيه.

ويخشى ريتشارد بوليت من ظهور شكل جديد من معاداة السامية. فأي عمل إرهابي يمكن أن يلصق بالإسلام الآن، وهذا يعدّ تمييزاً دينيًا متعصبًا، وأن اصطلاح الأصولية الإسلامية قد سك بعد الثورة الإيرانية واستعمل بلا تمييز ودون سياق.

ويندر تسليط الضوء في الصحافة على نجاح قصص التمثلات الإسلامية والمسلمين سواء أكانت في الماضي أم الحاضر، ويذكر محمد علي الخالدي النقاد في مجلة الدراسات الفلسطينية (شتاء 1996م) أن "المسلمين تبنّوا الفلسفة اليونانية ليستعملها الأوربيون في وقت لاحق، وكانوا روّادًا في المنطق والفلك وأسسوا الطب بوصفه علماً واخترعوا الجبر" (8)، وهذه الحقائق لا تغطيها وسائل الإعلام الرئيسة عموماً.

ويُنظر اليوم إلى الدين وأتباعه كطاعون يصيب العالم الإسلامي برمته من المغرب إلى الهند، وصار التمثيل الحقيقي معاداة للغرب ولقوى الحداثة، ويتصدر صور الصحافة العنف والإرهاب الذي يهدف إلى الإطاحة بالأنظمة العلمانية (14)، وينبغي أن يزيد التركيز لإبراز واقع العالم الإسلامي وتنوّعه للتغلب على القوالب النمطية وفهم الآخر بشكل أفضل دون تزايد، وينبغي أن يكون هناك إدانة مفتوحة للعرقية، وكما تقول إليزابيث بول " يصبح الحوار وصنع السياسة صعبا عندما يُنظر إلى الإسلام على أنه غير عقلاني" (6)، والعبء على المسلمين والغرب على حد سواء للاندماج والانخراط في المجتمع بشكل أفضل لفهم ما وراء القوالب النمطية، حتى تفتضح بشكل كبير التاريخية الموروثة والتمثلات المعاصرة "لقلعة أوروبا" تجاه الغزاة الأجانب.

وقد تعبّر وكالات الإعلام عن الحاجة إلى صحفيين من أقليات عرقية (2)، وقد يؤدي تنويع العاملين في الإعلام إلى حل كثير من المشكلات التي تتعلق بالأباطيل، غير أن المحاباة التحريرية ورؤوس المال ربما تظل لها السبق في التغطية الصحفية عند كثير من الوكالات. وينبغي أن يُقدم التدريب والتعليم الواعيان عن الإسلام والمسلمين للصحفيين والمحررين ووسائل الإعلام بوجه عام لتيسير التفاهم المتبادل.

وبمقدور هوليوود أن تفعل كثيراً تجاه محو الأباطيل، وإن "هلودة Hollywoodization الإسلام قد طَبَعَت في الذهن الصورة النمطية عن الإسلام، وبمقدور الدبلوماسية أن تنجز شيئاً بأنسنة وعدم إضفاء الطابع الإرهابي على الشخصيات المسلمة، ومزج المصادر من النصوص الفرعية المقدسة والكتب المقدسة أمرًا مهما للغاية" (9)، وينبغي أن توجد أعمالاً علمية تبين دور الدين في السينما، ونقتصد في الأعمال العلمية التي توجه الانتباه للإرهاب التي هي جذر لعدد من الأباطيل (9)، وكذلك عمل تقييم جذري لمجال الإنتاج.

وكما يرى بوول Poole "ينبغي وضع قالب جديد للمجتمعات الإسلامية يقبلها الآخر ويستأنسها المسلم ذاته، ولا يتلاعب بها هو أو هي حين يسقط خارج إطار الإسلام الليبرالي" (6)، وبتحدّي الصياغات الجارية يمكن أن تُحسن الصراع الظاهر والأباطيل، وقد لاحظ جون سبايدي John Spayde أن الإيمان الذي يزعمه الأصوليون النسويون في إيران ومصر والنسوية في المغرب وإنجلترا وسائقو السيارات الأجرة والملوك في غانا ونيجريا وكينيا والموظفون في ماليزيا وعلماء النواة في كازخستان والشهداء في البوسنة وما يزيد على 6 ملايين أمريكي هو أبعد عن القوالب النمطية كالإنسانية ذاتها" (14).

قائمة المراجع

1- Norris, P., M. Kern and M. Just, 2003. Framing Terrorism: The News Media, the Government and the Public. Routledge, pp: 135, 145, 152.

2- Poole, E. and J.E. Richardson, 2006. Muslims and the News Media. Palgrave MacMillan, pp: 1, 4.

3- Richardson, J.E., 2004. (Mis) representing Islam: The racism and rhetoric of British Broadsheet Newspapers. John Benjamins B.V. pp. XIX, 10, 17.

4- Ernst, C., 2003. Muhammad: Rethinking Islam in the Contemporary World. The University of North Carolina Press, pp: 16.

5- Gerges, F.A., 1997. Islam and Muslims in the Mind of America: Influences on the Making of U. S. Policy. J. Palestine Studies, 26 (2): 68- 80.

6- Poole, E., 2002. Reporting Islam: Media representations of British Muslims. I.B. Taurus and Co Ltd, pp: 7, 8, 9, 11, 16, 37, 43, 56.

7- Shaheen, J.G., 2003. Reel Bad Arabs: How Hollywood Vilifies a People. Annals of the American Academy of Political and Social Science, Vol. 588, Islam: Enduring Myths and Changing Realities (July), pp: 171193-.

8- Said, E.W., 1997. Covering Islam. Vintage Books, pp: 16, 25, 27, 34, 540.

9- Kozlovic, A.K., 2007. Islam, Muslims and Arabs in the popular Hollywood cinema. Comparative Islamic Studies, pp: 173, 174, 222, 223, 233.

10- Thussu, D.K., 1997. How Media Manipulates Truth about Terrorism. Economic and Political Weekly, 32(6): 264- 267.

Gentzkow, M.A. and J.M. Shapiro, 2004. Media, Education and Anti-Americanism in the Muslim World. American Economic Association, pp: 18.

11- Douglass, S.L. and R.E. Dunn, 2003. Interpreting Islam in American Schools. Annals of the American Academy of Political and Social Science, Vol. 588, Islam: Enduring Myths and Changing Realities (July), pp: 52- 72.

12- Abrahamian, E., 2003. The US Media, Huntington and September 11. Third World Quarterly, 24(3): 529- 544.

13- Siddiqi, M.A., 1997. Islam, Muslims and Media: Myths and Realities. NAAMPS Publications, pp: 19, 25, 26, 33.

14- Chomsky, N., 2002. Media Control. Seven Storie Press, pp: 11, 12, 14.

15- Gerges, F.A., 2003. Islam and Muslims in the Mind of America. Annals of the American Academy of Political and Social Science, Vol. 588, Islam: Enduring Myths and Changing Realities (July), pp: 73- 89.

16- The official webpage for the Press Complaints Commission, www.pcc.org.uk presents numerous cases of discrimination against minority groups, including many against Muslims in years following 911/.

17- Bunt, G.R., 2009. iMuslims: Rewiring the house of Islam. The University of North Carolina Press, pp: 1, 10.

18- Bunt, G.R., 2006. Towards an Islamic Information Revolution in Muslims and the News Media. Palgrave MacMillan, pp: 154.

إمبريالية الفن السابع
مجتمعنا في مرمى هوليوود

حيدر محمد الكعبي[*]

تعمل هذه المقالة على معاينة دور السينما الأميركية في صناعة الوعي العالمي وبخاصة في الفضاء العربي والإسلامي. وهكذا يستعيد الباحث هنا المكانة الاستثنائية لمؤسسة هوليود ودورها الفاعل في التأثير في البيئات والشرائح الاجتماعية المختلفة على امتداد تاريخ كامل. كما يشير الباحث إلى ازدياد هذا التأثير لهوليود مع بدء عصر ثورة الاتصالات على نطاق عالمي.

المحرر

تمثل الأعمال السينمائية مادة إعلامية لها تأثير كبير وفاعل في مجال التثقيف والتعليم وتشكيل الرأي العام، ولم يقف هذا اللون من الإنتاج الفني عند حدود التسلية والترفيه حسب، وبخاصة في العقود الأخيرة التي قفزت فيها السينما إلى مديات أكثر تطوراً على صعيد السيناريو والإخراج والتمثيل.

وفي عصر ثورة الاتصالات لم تتوانَ شركات الإنتاج السينمائي الكبرى عن اغتنام هذه الفرصة لتحقق انتشاراً يليق بها على المستوى العالمي، ونتيجة لذلك صارت عقائد وأخلاق كثير من المجتمعات البشرية- بما فيها مجتمعاتنا الإسلامية- تحت طائلة تأثيرها القوي، مما يجعلنا معنيين بدراسة تأثيرات هذا الجانب من الفنون دراسة جادة أكثر من اي وقت مضى.

ولما كانت السينما الأميركية(هوليوود) هي المصنع الأبرز للإنتاج السينمائي العالمي، ونظرا لما تتمتع به من خصائص فريدة، فينبغي أن تكون هي الهدف الأبرز لاهتماماتنا في هذا المجال، على

*- باحث إعلامي من العراق ـ النجف الأشرف.

الأقل في الوقت الحالي والمستقبل المنظور.

إن البيئة الاجتماعية الأميركيةالمتحررة قد فسحت مجالاً واسعاً أمام شركات هوليوود السينمائية لتعمل من دون ضوابط دينية أو أخلاقية، مما أدى إلى انتشار انتاج سينمائي يبث أفكاراً وثقافات تؤثر بشكل سلبي كبير في عقائد مجتمعاتنا المسلمة التي يصلها هذا الانتاج وسلوكياتها.

ولكن المشكلة أن قوة الانتاج السينمائي لهوليوود يجعل من مضمونه السيء أمراً مستساغاً لدى الجمهور، وهنا مكمن المشكلة، فهو أمر شبيه بدس السم في العسل، علماً أن ذلك لا يختص بالمنتوج السينمائي فقط وإنما يمثل سمة الإعلام المعاصر بشكل عام، هذا مع قطع النظر عن نشر الجنس والعنف اللذين صارا علامة مميزة للسينما الأمريكية.

فن التأثير السينمائي:

ليس من مجال للشك في أن فن الترفيه الإعلامي يعد أحد أهم الأساليب تأثيراً في مجال التوجيه الفكري وصناعة الثقافة، إذ يتوافر على عناصر جاذبة تستبطن رسائل فكرية يجعلها تنفذ بقوة إلى العقول والقلوب على حد سواء، ولم يكن المؤرخ «إريك بارنو Eric Barno "[1]» يجانب الصواب حينما قال: (إن مفهوم الترفيه في تصوري هو مفهوم شديد الخطورة، إذ تتمثل الفكرة الأساسية للترفيه في أنه لا يتصل من بعيد أو قريب بالقضايا الجادة للعالم وإنما هو مجرد شغل أو ملء ساعة من الفراغ، والحقيقة أن هناك ايديولوجية مضمرة بالفعل في كل أنواع القصص الخيالية، فعنصر الخيال يفوق في الأهمية العنصر الواقعي في تشكيل آراء الناس)[2].

ويعزز كلام «بارنو» ما أشار اليه "هربرت أ. شيللر Herbert Schiller"[3] قائلا: (إن التسلية هي التعليم والتعليم هو الأيديولوجية، ويشير «روبرت شايون» محرر التلفزيون في الـ«ساترداي ريفيو» الى أن: برامج التسلية تلمح للجمهور بالطريقة التي يتعين أن يتبعها في تحديد ما هو جدير بالاحترام في مجتمعنا والكيفية التي يتصرف بها، إنها في الواقع أشكال من التعليم، من تلقين المبادئ)[4].

[1]- إريك بارنو: مؤرخ تلفزيون أمريكي، انتخب رئيساً لنقابة الكتاب الأميركية في عام 1957 وخدم في مجلس محافظي أكاديمية الفنون والعلوم التلفزيونية في عام 1978 أصبح رئيساً لمكتبة الكونغرس للصورة السينمائية، وقد كتب عنه رئيس التحرير السابق لمجلة نيويورك تايمز شيلدون ماير قائلا: «كان بارنو عيناً على الأوغاد والأشخاص الخطرين وقد بلغت عبقريته أجيالاً من الأمريكيين عبر موجات الأثير الإذاعي وعلى شاشات التلفزيون وفي قاعات الدراسات.

[2]- ينظر: المتلاعبون بالعقول لهربرت أ.شيللر: 96

[3]- هربرت شيللر: ناقد وعالم اجتماع وباحث أمريكي، حصل على درجة الدكتوراه عام 1960 من جامعة نيويورك، حذر من اتجاهين رئيسين في كتاباته الغزيرة والخطب: الاستيلاء الخاص على الفضاء العام والمؤسسات العامة في الوطن، وهيمنة الولايات المتحدة على الشركات التي تؤثر في الحياة الثقافية في الخارج، وبخاصة في الدول النامية. له ثمانية كتب ومئات المقالات في كل المجلات العلمية والشعبية جعلت منه شخصية رئيسة في كل من أبحاث الاتصالات وفي النقاش العام حول دور وسائل الإعلام في المجتمع الحديث.

[4]- المصدر نفسه ص118.

والسينما.. الصناعة الفنية التي تطورت بشكل مذهل خلال مدة قياسية من تاريخ البشر[1] تعد من أكثر صناعات الترفيه تأثيراً في هذا المجال، بعد أن تربعت بجدارة على عرش الفنون الانسانية بعد أن صهرتها في ذاتها بشكل متقن[2].

وعليه فليس من الغريب أن يؤكد الباحث الدكتور حسن عباسي[3] في محاضرة له قائلاً: (إن صناعة الحضارات والمجتمعات تتركز على رسم خريطة لها، وفي هذه الايام فإن العامل الرئيس لرسم هذه الخرائط يكمن في مضامين المسلسلات وبشكل أخص في الأفلام.. لقد مضى ذلك الزمن الذي كان الفلاسفة فيه يكتبون كُتباً لإعداد المجتمعات، اذ تحوّل أسلوب الفلاسفة إلى ما يشبه أسلوب المخرجين أو الممثلين أو كتّاب السناريوهات، ففي الواقع إن الرائدين في مجال إعداد حضارة المجتمع هم الممثلون والفنانون في ساحة التمثيل اليوم)[4].

كيف تؤثر السينما في عقولنا؟

كيف تؤثر الدراما التلفزيونية والسينمائية في النفس البشرية؟ سؤال يبدو محيراً بعض الشيء، لأننا عندما ننظر إلى الأغلبية الساحقة من البشر الذين يتابعون هذه الدراما نجدهم يتعاملون معها بمشاعر حقيقية، ففي أثناء مشاهدتهم مسلسلاً أو فيلماً ما تجدهم يصابون بالخوف أو الترقّب أو الفرح أو الحماسة أو الحزن الى حد البكاء، مع أن الجميع يعلم ـ بما فيهم المشاهدون أنفسهم ـ أن ما يشاهدونه مجرد تمثيل كاذب لا واقع له.

وربما تسهل الإجابة عن هذا التساؤل إذا علمنا الآليات التي يتعامل بها العقل البشري مع المنتوجات الإعلامية ومنها الدراما التلفزيونية والسينمائية، وقد أشار إلى هذه الآليات الباحث (أليكس انصاري Alex Ansary)[5] حيث قال: (يتم استغباء البشر عبر مشاهدة التلفزيون بصورة

[1]- يقال إن أول دار سينمائية ناجحة أنشئت على يد الفرنسي «لويس لوميير» في العام **1895** في «المقهى الكبير» شارع «الكبوشيين» في «باريس» إذ شرع (لوميير) بعد اختبارات عدة اثمرت عن صناعته لجهاز أسماه «السينماتوغراف» ومنه اشتقت كلمة «سينما» ليحقق «لوميير» بذلك آلة عرض سينمائية تفوقت على تجارب سابقة في هذا المضمار، وفي أواخر سنة **1896** خرجت السينما نهائياً من حيز المخابر وتعددت الآلات المسجلة مثل آلات «لوميير» و«ميلييس» و«باتيه» و«غومونت» في «فرنسا»، و«أديسون» و«البيوغراف» في «الولايات المتحدة» وأمّا في «لندن» فقد أرسى «ويليام بول» قواعد الصناعة السينماتوغرافية حتى صار ألوف الناس يزدحمون كل مساء في قاعات السينما المظلمة (ويكيبيديا).

[2]- اطلق الناقد الفرنسي «ريتشيوتو كانودو» اسم (الفن السابع) على السينما، لأنها في نظره عبارة عن الفن التشكيلي في حركة.. تأخذ شيئا من طبيعة «الفنون التشكيليّة» وشيئا من طبيعة «الفنون الإيقاعيّة» في الوقت نفسه.

[3]- الدكتور حسن عباسي استاذ ايراني في العلوم الاستراتيجية، ورئيس مركز الدراسات الاستراتيجية المذهبية.

[4]- اقتباس من محاضرة للدكتور عباسي القاها في قاعة مركز لارسباران الثقافي كمقدمة لتحليل المسلسلات الدرامية الاستراتيجية.

[5]- باحث اعلامي إيراني الاصل يحمل الجنسية الامريكية

أخرى من خلال إلغاء نشاطات الجهات العليا في الدماغ (القشرة المخية الحديثة Neocortex)[1] وتحفيز الجهات السفلى في الدماغ (الجهاز الحوفي limbic system)[2]، وهذا المشروع يسمى بـ(دماغ الزواحف reptilian brain) لأنه يرتبط بردود الأفعال البدائية للحيوانات الزاحفة كالمواجهة والهروب، لأن دماغ الزواحف ليس لديه القدرة على تمييز الصور الحقيقة من الصور المجازية أو المزيفة، ونتيجة لذلك فإننا نعرف أن ما نشاهده من أفلام هو مجرد أفلام، أما في العقل الباطن (اللاواعي) فإننا نؤمن بأن ما نراه حقيقة.

وكمثال على ذلك، فإننا حينما نشاهد مشهداً مؤثراً تزداد سرعة نبضات قلبنا، وعندما نشاهد إعلانا ترويجيا عن بضاعة معينة نعرف أن المنتجين يريدون من خلال ذلك تصريف بضاعتهم، ولكننا في الوقت نفسه لا نشعر بالراحة حتى نشتري تلك البضاعة، وإلا فإننا سنشعر في أعماقنا بالنقص، لأن تأثير ذلك تأثير قوي يعمل على أعمق محطات ردود الافعال لدى الإنسان، فدماغ الزواحف يجعلنا طيّعين أمام منتجي البرامج، ومن هنا يتأتّى لهؤلاء أن يستخدموا قدراتنا العاطفية لأجل السيطرة على عقولنا، و في العادة لا نستطيع أن نكتشف كيف يسيروننا بواسطة العقل الباطن اللاوعي (...) وتستمر هوليوود بتخويفنا عبر الأفلام التي تتضمن مواضيع المافيات والعصابات والعمال المجرمين الذين يسجنون بسبب غبائهم وطمعهم، وفي النهاية تستعد أذهاننا لتقبل الحياة في المجتمع البوليسي الذي يتمحور على الاقتصاد، لأننا قرأنا عنه في الصحف وشاهدناه في الأفلام ونشرات الاخبار، وتم تمجيده في البرامج الحوارية، والآن تنتج أفلاما عديدة تثبت أن ما حدث في 11 سبتمبر هي أحداث حقيقية وليست مزيفة كما تم تزييف الوقائع التي أدت الى الحرب على العراق)[3].

من جانب آخر يضع الكاتب (أبو حب الله) في تقرير مفصّل له شرحا لآليات تأثير الافلام السينمائية في نفوس مشاهديها قائلاً: (في الوقت الذي نجد القارئ أو السامع في العادة ما يكون على دراية كافية بما سيختاره قبل قراءته أو سماعه، وأن شخصية (الكاتب) أو (الخطيب) أو (المذيع) دومًا ما تكون معروفة التوجه والمنهج، فإن الأمر يختلف كثيراً مع الأفلام السينمائية للأسف والتي تتغير توجهات أفرادها (مخرجين أو ممثلين) في كل مرة حسب القصة والسيناريو الذي تم اختياره لإنتاجه، فإذا وضعنا في الاعتبار أن النسبة الأكبر لاختيار فيلمٍ ما هي التي تعتمد

[1]- هي الطبقة الخارجية من نصف كرة المخ، تتكون لدى الأنسان من ست طبقات من الخلايا العصبية، سميت بالقشرة الجديدة لكونها تقع في أعلى مراتب التطور في التصنيف العام للكائنات الحية. وتعقيد تركيبة الطبقات الست هو ما يميز الأنسان من باقي الكائنات الحية.
[2]- هو الجهاز المسؤول عن السلوكيات العاطفية والانفعالية والذاكرة المرتبطة بها.
[3]- مقال بعنوان (السيطرة الواسعة على الاذهان عبر شبكة التلفاز.. هل تملكون أفكاركم؟) لأكس انصاري نشرته مجلة سياحة الغرب في العدد -124 ترجمة: موقع سيستم يار / مجلة سياحت غرب.

على جاذبية البوستر أو (التريلر الإعلاني Trailer)[1]: فإن ذلك يجعل مِن الفيلم غالباً مُفاجأة (غير معلومة المحتوى) إلا عند المُشاهدة الكاملة لأول مرة، ومِن هنا فدس (السُم في الدسم) هو مِن أخطر ما يتم تمريره مِن خلال تلكم الأفلام...

كذلك مِن المعلوم أن كل عمل فني هو عمل «وحدوي الاتجاه» أي: يتم عرض الأمور فيه مِن وجهة نظر واحدة فقط وهي وجهة نظر صاحبها – حيث هو وحده الذي يُقرر أحداثها ومواقفها، وهو وحده الذي يرسم صورة المظلوم مِن الظالم، وتحديد الطرف القوي الحُجة مِن الأضعف والحسن مِن القبيح والبداية مِن النهاية، وبذلك: فهو المتحكم الوحيد فيما سيتم عرضه على المتلقي وكذلك فيما سيتم حَجبه عنه – وهو ما يُعرف بأسلوب (حارس البوابة Gate keeper) – والأفلام في ذلك هي مِن أقوى المؤثرات بسبب طبيعتها الجذابة، والتي تحمل المُشاهد ليعيش أحداثها ويتفاعل معها لتتجسد في عقله وخياله الخاص، ولهذا نجد أن مَن تأثروا بها في حياتهم فإنما أبصروا في الحقيقة بعين المؤلف أو المخرج لا بأعينهم هم، وأنهم اعتنقوا أفكاره على غير نقاشٍ مُحايد...

وأما أخطر ما في هذه الأفلام فهو في حال عرضها على القنوات الرسمية لتصل إلى أكبر قدر ممكن مِن الناس، حيث لا يتم حذف مقاطعها الخبيثة (فكرياً) وعلى غرار ما يتم حذفه مِن مقاطعها (الجنسية) وبذلك نلمس مدى عمق تأثيرها وهي التي لن تخاطب فئة معينة مِن الناس كالمثقفين مثلاً، أو لن تخاطب كباراً فقط قد صقلتهم خبرات الحياة فيرُدون شبهاتها، بل سيراها أطفال اليوم شباب الغد – وهم أكثر الفئات العُمرية تقبلاً وتقليدًا وتأثرًا بما يشاهدونه ويسمعونه لو لم يُحذرهم منه أحد- ولذلك.. فإن المرءَ ليُشفق على بعض هؤلاء أمام احترافية (الخداع النفسي) و(المُغالطات المنطقية Logical fallacy) التي يستخدمها الملحدون واللادينيون دومًا في زعزعة الإيمان أو التشكيك في الأديان أو الطعن في الخالق، وبحيث يتم تمرير قبح الإلحاد وستر عوراته الفكرية في غفلةٍ مِن القوم)[2].

ويشير الكاتب (أبو حب الله) إلى أن تقليد الأفلام السينمائية يعد من أهم أسباب تأثير الأفلام السينمائية في تغيير مفاهيم المشاهدين ومعتقداتهم فيقول: (أثر «تقليد» الأفلام السينمائية في تغيير المفاهيم والمعتقدات... يُعد أقوى آثار الأفلام على الإطلاق هو ما يُعرف بـ«التحفيز على التقليد»، حيث يتم تقديم (القدوة) للمُشاهدين بطريقة مباشرة أو غير مباشرة وكما هو معروف مِن أبسط أساسيات التعليم- ومنه جاء معنى كلمة التعليم في اليابان (كيو إكو 教育) حيث (إكو) تعني تربية الطفل و(كيو) تعني التشجيع على التقليد- ويكون تحفيز تقليد الأفلام في صورتين:

[1]- الدعاية الترويجية للفيلم.

[2]- تقرير بعنوان (السينما واللاوعي والخطاب الشعبي للالحاد) نشرته مجلة البراهين في عددها الثاني 2014.

1 - إما أن يكون لحظيًا سريعًا صادمًا (بسبب مقولةٍ ما مثلاً أو مشهدٍ ما مِن الفيلم أو حتى مضمون الفيلم بأكمله): فتتغير بسببه حياة المُشاهد وربما إلى آخر حياته.

2 - أو يكون بطيئًا ومُتدرجًا.. وذلك حسب عمق الفكرة المُتسربة إلى عقل المُشاهد، أو نتيجة المنظومة النفسية المدروسة القائمة على تكرار مُشاهدة الشيء المُعين لزرع التعوّد عليه وتبنيه ـ مثل تكرار مَشاهد الجنس مثلاً أو مَشاهد اللامبالاة بمشاعر الآخرين أو مَشاهد القتل والتعذيب والدماء أو مَشاهد الاستخفاف بالدين والأخلاق.

فالتحفيز على التقليد: يقع في حال تطابق أفكار الفيلم مع (مشاعرَ كامنة) أو (ميولٍ خفية) أو (رغبة إثبات النِدّية أو القدرة على المُحاكاة) داخل نفس المُشاهد، فعندهاً يُشجعه الفيلم على إخراجها أو إظهارها على أرض الواقع سواء بالخير أو بالشر)[1].

هوليوود[2] رأس الهرم السينمائي:

إذا شككنا في مقدار التأثير الدرامي في التوجيه والتعليم وتشكيل الرأي العام، فلن يقصر الدور المشهود لصناعة (هوليوود) السينمائية عن إزالة هذا الشك، فهوليوود التي تربعت على عرش الإنتاج السينمائي في العالم كان لها الدور الأبرز في جعل أمريكا هي أمريكا التي نعرفها اليوم: الأمة التي تؤثر سياستها وثقافتها في الشعوب كافة.

وفي هذا الصدد يروي لنا الكاتب (مارك وبر Mark Weber)[3] تجربة لطيفة حصلت له بصدد تأثير هوليوود الثقافي على الشعوب قائلاً: (لقد تسنى لي أن اسافر إلى إيران في شهر سبتمبر الماضي مع ثمانية أشخاص لحضور مؤتمر "أفق نو"، وحينما كنا جالسين في أعلى برج ميلاد في طهران لتناول الطعام دار بيننا كلام حول عادات وتقاليد بعض الشعوب، وفوجئت بمداخلة شاب إيراني في عقد الثلاثينات من العمر قائلاً: الأمريكيون أناس رشيقون وذوو أجسام أنيقة، فقلت له باستغراب: الجميع يعلم بأن الشعب الأمريكي من الشعوب التي تعاني من السمنة المفرطة، فكيف تقول هذا؟ فأجاب: هذا ما شاهدته في الأفلام الامريكية، دائما يظهرون فيها بأناقة ورشاقة.

لم يكن ذلك الشاب غبياً او بليداً، ولكن كشف لي مدى تأثير ونفوذ هوليوود في المجتمعات حول

[1]- المصدر نفسه.

[2]- هوليوود عبارة بلدة صغيرة تقع في مقاطعة لوس أنجلس التابعة لولاية كاليفورنيا الأمريكية، أسست في العام 1853 كبلدة تستقطب المزارعين وأصحاب التجارة، ظهر عليها الاهتمام بصناعة السينما بشكل تدريجي بطيء منذ العام 1910، وفي أثناء الحرب العالمية الأولى أصبحت هوليوود مركز الانتاج السينمائي، إذ بنيت فيها خلال الحرب استوديوهات ومختبرات سينمائية.

[3]- مدير معهد مراجعة التاريخ، درس التاريخ في جامعة إلينوي في شيكاغو وجامعة ميونيخ وجامعة الولاية في بورتلاند وحصل على درجة الماجستير في الآداب من جامعة إنديانا عام 1977. وعمل لمدة تسع سنوات رئيساً لتحرير النشرة الدورية لمعهد مراجعة التاريخ.

العالم، ومدى تمكنها من بسط سيطرتها على عقول الشعوب وتغيير الحقائق، ومن خلال لقاءات متعددة مع أشخاص آخرين اكتشفت أن لديهم جميعا أفكاراً حسنة وفي بعض الأحيان غريبة عن المجتمع الأمريكي... ومما زاد في استغرابي أن الشعوب التي تتظاهر بأنها صديقة لأمريكا تحمل في الواقع أفكاراً سلبية عن أمريكا أكثر من الشعوب التي تتظاهر بأن أمريكا عدوة لها)[1].

إن هذا التأثير العالمي لم يكن وليد فراغ، ولكنه جاء نتيجة لاهتمام حقيقي بهذه الماكنة الإعلامية الضخمة، بحيث أصبحت جزءاً لا يتجزأ من المنظومة السياسية الأساسية للكيان الأمريكي العام.

لذا يؤكد الباحث عبد الحليم حمود في كتابه (سينما الدعاية السياسية) قائلاً: (كانت وزارة الدفاع الأميركيةالتي يطلق عليها في ذلك الوقت «وزارة الحرب» تنفق سنويا مبلغ 50 مليون دولار – وهذا مبلغ كبير جداً في ذلك الوقت- على إنتاج افلام في أثناء الحرب العالمية الثانية من أجل ترويج الدعايات الحربية التي ترغب بها المصالح الأميركية داخل الولايات المتحدة وخارجها... فهوليوود كانت على الدوام مع توجهات وتوجيهات وسياسات كل الإدارات الأميركيةالجمهورية والديموقراطية على السواء، إن هوليوود خاضت مع الإدارة كل حروبها وكانت معها في كل معاركها، ووقفت إلى جانبها في كل العهود والمواقف والملمّات، ليس ثمة صناعة سينمائية وتلفزيونية في العالم لعبت الدور الذي تلعبه هوليوود، لا من حيث قدرتها على الإبلاغ والتأثير ولا من حيث سلطتها على العقول والقلوب، دورها الإيدلوجي الاعلامي الدعائي لا يضاهى، وهي حاضرة في زمني السلم والحرب، حاضرة مع جيوش امريكا في ساحات القتال وحاضرة عندما تعجز هذه الجيوش وحدها عن فرض مشيئة أمريكا.

في كتابه «الفوضى» يقول «زبينيو برجنسكي» إن (القوة الأميركيةبحد ذاتها ليست كافية لفرض المفهوم الأمريكي لنظام عالمي جديد) لا بد إذن إلى جانب القوة المادية السياسية والاقتصادية والعسكرية من اللجوء إلى قوة اخرى قد تكون أشد فعالية هي قوة الدعاية والترغيب والإقناع واستمالة العقول والقلوب، وهل هناك أفضل من هوليوود – وهي مصنع السينما والتلفزيون- للقيام بمثل هذه المهمة؟

إيديولوجية هوليوود هي أمريكا نفسها، هي قيم أمريكا والإيمان بها وتغذية النزعة الليبرالية الرأسمالية حيث يسود قانون الاقوى)[2].

وتأكيدا على العلاقة الوطيدة لهوليوود بمصادر القرار السياسية فقد ذكر (ديفيد ال. راب

[1]- مقال بعنوان (ورقة أعمال هوليوود و الأيادي الخفية خلف الكواليس) لمارك وبر نشرتها مجلة سياحة الغرب في العدد 122

[2]- سينما الدعاية السياسية للكاتب عبد الحليم حمود: 7

David rap) في كتابه (عملية هوليوود) قائلا: (هوليوود والبنتاغون لديهما تعاون قديم في صناعة الأفلام، وهذه سنة من السنن القديمة تاريخها يعود منذ عهد الأفلام الصامتة وحتى عهدنا الحاضر، وهذا التعاون كان مفيداً لكلا الطرفين، المنتجين في هوليوود يحصلون على كل شيء يريدونه – مثل المعدات العسكرية التي تقدر بمليارات الدولارات كالدبابات والطائرات العمودية والحربية والغواصات النووية وحاملات الطائرات العملاقة- ويحصل الجيش على غاياته- مثل الأفلام التي تعطي صورة محسّنة عن الجيش والأفلام التي تسهم في استخدام القوة بوساطة العسكر- والبنتاغون لا يمارس فقط دور الراعي لهذه الأفلام بل يقترح ويشرف على كتابة السيناريو في الافلام إذا كانت غير مقنعة بالنسبة له حتى يضمن لهم رعاية الجيش والقوات العسكرية، وفي بعض الأحيان تكون هذه المقترحات بسيطة، ولكن في بعض الأحيان تكون كبيرة إلى حد تغيير السيناريو بالكامل أو تغيير طاقم الفيلم، ويصل إلى حد تحريف التاريخ في بعض الاحيان)[1].

وعلى هذا الاساس يعود الدكتور حسن عباسي ليؤكد على (أن النظام الفكري في أمريكا ليس شيئا آخر غير هوليوود، لذا فإن أهمية هوليوود وصناعتها للأفلام التي تشكل الحضارة في كفّة، وكل الصناعات والاقتصاد والقوة العسكرية في هذا البلد في كفّة أخرى)[2].

لذا فلا غرابة أن يصرح الرئيس الأمريكي روزفلت وهو يفتتح هوليوود عند إنشائها: «من هنا سنصنع عظمة أمريكا»، ويقول الرئيس الأمريكي بوش الأب الذي أشرف على هندسة المراحل الأخيرة من الانهيار السوفييتي إن مدير شركة (مترو جولدن ماير)، إن الهمبرجر والجينز وهوليوود وشركات السكاير هي التي حسمت الحرب الباردة لصالح أمريكا[3].

شركات الانتاج في هوليوود:

إن قوة هوليوود الحالية تفوق أضعاف قوتها مقارنة بالماضي، ليس لأن عالم اليوم بات قرية واحدة حسب، وإنما لأن الشركات المنتجة لأفلام هوليوود صارت أكثر اندماجاً بعضها مع بعض مما يجعلها أكثر قدرة على صناعة الرأي العام أو توجيهه، وهذا ما صرح به إمبراطور الإعلام الشهير «روبرت مردوخ Rupert Murdoch"[4] قائلا: (إن قوة وتأثير وسائل الاتصال أكبر من أي

[1]- اقتباس لألكس انصاري في مقال (السيطرة الواسعة على الاذهان عبر شبكة التلفاز)- مصدر سابق

[2]- اقتباس من محاضرة ألقاها د.عباسي في قاعة مركز لارسباران الثقافي- مصدر سابق

[3]- ينظر: مقال تحت عنوان (كم خسر العمل الإسلامي بموت مصطفى العقاد؟) للكاتبة نجدت لاطة- رابطة أدباء الشام

[4]- كيث روبرت مردوخ: رجل أعمال أسترالي أمريكي يهودي، يعد قطبا من أقطاب التجارة والإعلام الدولي، وهو مؤسس ورئيس مجلس الإدارة والرئيس التنفيذي للشركة القابضة للإعلام الدولي نيوز كوربوريشن **News corporation** التابع لها قناة فوكس نيوز الاخبارية المشهورة بمناصرتها المطلقة لإسرائيل وعدائها الشديد للقضية الفلسطينية، وتعد شركة نيوز كوربوريشن ثاني أكبر تكتل لوسائل الإعلام في العالم.

وقت مضى ويرجع ذلك إلى ظهور اتجاهين مترابطين في بناء صناعة الاتصالات وهما: التكتلات الإعلامية المركزية والمدمجة، فالإنتاج في قطاع الاتصالات الثقافية والإعلامية مركّز بشكل متزايد في أيدي شركات كبرى قليلة متماثلة في قطاعات مركزية مدمجة)[1].

وللتعرف إلى أهم الشركات السينمائية العملاقة والمدمجة التي تتربع على عرش هوليوود نورد تقريراً نشره موقع ساسة بوست الالكتروني جاء فيه: (إذا رتبنا شركات صناعة الأفلام عبر التاريخ فستحتل شركة (وارنر بروس Warner Bros) المرتبة الأولى عالميًّا، فقد جنت هذه الشركة إجمالي 37,7 مليار دولار أمريكي منذ إنشائها عام 1923، قامت الشركة بإنتاج 848 فيلمًا مختلفًا، كان أبرزها على الإطلاق هو فيلم (فارس الظلام the dark knight) الذي حصد مليار دولار أمريكي منذ إطلاقه عام 2008، ومن الأفلام الشهيرة الأخرى لهذه الشركة كانت سلسلة أفلام (هاري بوتر) وفيلم (القناص الأمريكي).

وتأتي في المركز الثاني شركة (بوينا فيستا Buena Vista) التي تمكنت من حصد 34,8 مليار دولار أمريكي منذ تأسيسها عام 1953، قامت هذه الشركة التابعة لمجموعة والت ديزني الشهيرة بإنتاج 612 فيلمًا كان أبرزها النسخة الأحدث من سلسلة (حرب النجومstar wars: the force awakens) والذي حقق إجمالي 1,5 مليار دولار منذ إطلاق الفيلم في دور العرض عام 2015، ومن بين الأفلام الشهيرة لهذه الشركة أفلام (أفينجرز) و(توي ستوري).

في المرتبة الثالثة تأتي شركة (سوني كولومبيا Sony / Columbia) والتي تمكنت من حصد 32,7 مليار دولار أمريكي منذ تأسيسها عام 1924، قامت الشركة بإنتاج 873 فيلمًا كان أبرزها وأعلاها في الدخل هو فيلم (الرجل العنكبوت Spider-Man) الذي حقق مبلغ 821 مليون دولار منذ إطلاقه في دور العرض عام 2002، ومن الأفلام الشهيرة أيضًا لهذه الشركة (رجال في الظلام men in black) و(هانكوك Hancock).

في المرتبة الرابعة تأتي شركة باراماونت (Paramount) والتي جمعت إجمالي 30,8 مليار دولار منذ تأسيسها عام 1912، الشركة قامت بإنتاج 607 أفلام كان أشهرها وأعلاها دخلاً الفيلم الشهير (تايتانيك Titanic) الذي تمكن من حصد إجمالي 2,2 مليار دولار أمريكي منذ عرضه عام 1997، ومن الأفلام البارزة أيضًا لهذه الشركة أفلام (ترانسفورمرز Transformers) و(شريك Shrek) و(آيرون مان Iron Man).

في المركز الخامس تأتي شركة (يونيفرسال Universal) بإجمالي 29,9 مليار دولار تقريباً منذ تأسيس

[1]- ينظر: استراتيجيات الدعاية والحملات الإعلانية للدكتور أشرف فهمي خوخة ص 129

الشركة عام 1912، الشركة قامت بإنتاج 659 فيلمًا كان أشهرها فيلم (حديقة الديناصورات Jurassic Park) الذي حقق إجمالي 1,7 مليار دولار منذ عرضه عام 2015، ومن الأفلام الشهيرة الأخرى لهذه الشركة أفلام (فاست أند فيوريس The Fast and the Furious) و(كينغ كونغ King Kong).

في المركز السادس جاءت شركة فوكس القرن العشرين بإجمالي 29,4 مليار دولار منذ تأسيس الشركة عام 1935، أشهر أفلام هذه الشركة كان فيلم (أفاتار Avatar) الذي حقق إجمالي 2,8 مليار دولار منذ عرضه عام 2009، لتكون هذه الشركة هي الشركة صاحبة أعلى الأفلام دخلاً في تاريخ السينما العالمية. ومن بين الأفلام الشهيرة الأخرى لهذه الشركة أفلام (حرب النجوم Star Wars) و(يوم الاستقلال Independence Day).

بعد هذا يتضح الفارق الكبير بين الشركات الستة السابقة التي تعتبر الشركات العملاقة في مجال صناعة الأفلام. فأقرب شركة خلف هذه الشركات هي شركة (إم جي إم MGM) بإجمالي 9,3 مليار دولار، ثم شركة (نيولاين New Line) بإجمالي 7,4 مليار دولار، ثم شركة (ليونزغيت Lions Gate Entertainment Corporation) بإجمالي 6,8 مليار دولار، ثم شركة (ميراماكس Miramax) بإجمالي 4,4 مليار دولار)[1].

وبمراجعة سريعة لأسماء هذه الشركات العملاقة، نجد أن هوليوود ظاهراً هي عبارة عن مجمّع لشركات مدمجة مستقلة تسعى للربح المالي من خلال الأعمال السينمائية الفنية على مستوى عالمي، ولكن بالتدقيق الجيّد نجد أن هنالك أكثر من رابط يجمع بين هذه الشركات، على رأسها عائدية تلك الشركات لليهود، وهذا الأمر في حد ذاته يستبطن من المعطيات الشيء الكثير.

هوليوود وعلاقتها باليهود:

يقول الدكتور فؤاد بن سيد الرفاعي في كتابه «النفوذ اليهودي في الأجهزة الإعلامية والمؤسسات الدولية»: (يُسيطر اليهود سيطرة تامة على شركات الإنتاج السينمائي، فشركة (فوكس) يمتلكها اليهودي (ويليام فوكس) وشركة (غولدين) يمتلكها اليهودي (صاموئيل غولدين) وشركة (مترو) يمتلكها اليهودي (لويس ماير) وشركة (الإخوان وارنر) يمتلكها اليهودي (هارني وارنر) وإخوانه وشركة (برامونت) يمتلكها اليهودي (هودكنسون).

جميع هذه الشركات اليهودية يُباع إنتاجها في العالم الإسلامي، ويتمثل في أفلام الجريمة وفنونها واللصوصية وأساليبها والعنصرية اليهودية واضحة فيها، ومع ذلك تُعرَض منذ سنين طويلة في بلاد

[1]- تقرير أورده موقع ساسة بوست تحت عنوان (تعرف على مدخولات كبرى شركات صناعة الأفلام العالمية) بتاريخ 2016/2/8

العرب وتغص بها صالات العرض السينمائي والتلفزيوني.. شكراً لمكاتب مقاطعة إسرائيل.

وتشير بعض الإحصائيات إلى أن أكثر من 90% من مجموع العاملين في الحقل السينمائي الأمريكي، إنتاجاً وإخراجاً وتمثيلاً وتصويراً ومونتاجاً هم من اليهود...

ولعلّ أبلغ ما قيل في وصف السيطرة الصهيونية في مجال صناعة السينما الأميركية، ما ورد في مقال نشرته صحيفة «الأخبار المسيحية الحرة» عام 1938 قالت فيه: «إن صناعة السينما في أمريكا هي يهودية بأكملها، ويتحكم اليهود فيها دون أن ينازعهم في ذلك أحد، ويطردون منها كل من لا ينتمي إليهم أو لا يصانعهم، وجميع العاملين فيها هم، إما من اليهود أو من صنائعهم، ولقد أصبحت هوليوود بسببهم (سدوم[1] العصر الحديث) حيث تُنحر الفضيلة وتُنشر الرذيلة وتُسترخص الأعراض وتُنهب الأموال دون رادع أو وازع، وهم يرغمون كل من يعمل لديهم على تعميم ونشر مخططهم الإجرامي تحت ستائر خادعة كاذبة، وبهذه الأساليب القذرة أفسدوا الأخلاق في البلاد وقضوا على مشاعر الرجولة والإحساس وعلى المثُل للأجيال الأميركية».

واختتمت الصحيفة كلامها بالقول: «أوقفوا هذه الصناعة المجرمة لأنها أضحت أعظم سلاح يملكه اليهود لنشر دعاياتهم المضللة الفاسدة»)[2].

وفي الأبحاث التي تتعلق بدراسة هوليوود وإنتاجاتها غالبا ما يتم التعرض للعلاقة الوثيقة بين اليهود وماكنة السينما الأمريكية، باعتبارها تمثل علاقة حساسة وغريبة في حد ذاتها، لأن اليهود يحتلون مساحة ضيقة جداً من نسيج المجتمع الأمريكي، ومع ذلك يمسكون بمقاليد هذا المحور الإعلامي الضخم الذي يغزو شرق العالم وغربه، ويعيد تشكيل الثقافة المحلية والعالمية على حد سواء.

ويبدو أن هذه الظاهرة نابعة من سيرة اليهود في سعيهم الدائم للسيطرة مصادر القوة في المجتمع الذي يعيشون فيه، وحرصهم على النفوذ في المواطن الحساسة ذات التأثير الواسع، فاليهود لا يشكلون في المجتمع الأمريكي سوى 2- 3% ومع ذلك يحتلون ما نسبته 11% من النخب الأميركيةو25% من الصحفيين والناشرين المشهورين وأكثر من 17% من قادة المراكز المهمة الحكومية و15% من الموظفين رفيعي المستوى[3].

---

[1]- * سدوم: مدينة من مدن قوم لوط عليه السلام، وتقع في الأردن-بجوار البحر الميت الآن-، والذي لم يكن موجوداً قبل أن يمطر الله عز وجل قوم لوط بحجارة من سجّيل ويقلب ديارهم. ولقد كان في هذه المدينة قاضٍ مشهور بالجشع والجور، ضربَ العرب به المثل فقالوا: (أجْوَرُ من قاضي سدوم) وسبب جوره، أنه كان يأخذ من كل مَنْ يفعل الفاحشةً أربعة دراهم!!

[2]- ينظر: مقال بعنوان (اليهود والسيطرة على صناعة السينما والتلفزيون والمسرح والثقافة والإعلان التجاري) نشره موقع طريق الاسلام بتاريخ 2006/5/31

[3]- ينظر: مقال(هولييود و الأيادي الخفية خلف الكواليس) – مصدر سابق

(وفي العقود الثلاثة الأخيرة أصبح اليهود في الولايات المتحدة الأميركية يمثلون نصف المئتين من المفكرين و20% من الأستاذة الجامعيين الأوائل ويملكون40% من الشركات والأسهم الحقوقية في نيويورك وواشنطن، وأصبحوا يشغلون ما نسبته 59% من المخرجين والكتاب والمنتجين لأفضل خمسين فيلماً شهيراً في أمريكا منذ عام 1965 الى 1982)[1].

إن هذه الاستراتيجية التي اتبعها اليهود اعطتهم سلطة لم تكن أي اقلية تحلم بها في العالم، وقد نالوا ثمرة جهود حثيثة سعوا إليها منذ قرون ليعوضوا تشرذمهم وعزلتهم الاجتماعية التي أفرزتها أيدولوجيتهم الأنانية في النظر الى الآخرين نظرة دونية.

إن هذه السلطة الخفية ليست وليدة اليوم، فقبل ثلاثين عاما أكد المحقق الأمريكي واليهودي الأصل المعادي للصهيونية (ألفريد ليلينتال Alfred Lilienthal) في دراسة بعنوان (الاتصال الصهيوني The Zionist Connection) قائلا: (عمق السلطة و القرار اليهودي الممنهج في الولايات الأميركية شيء محير للعقول، ويمكن القول إن الحصة الكبيرة من هذه السلطة ترجع الى السيطرة على وسائل الإعلام بعد قرون من الأذى والتعذيب والتشريد)[2].

إن أحد أعمدة نجاح اليهود في الوصول إلى ما كانوا يطمحون إليه يتمثل في تملّكهم وسائل الإعلام وتوظيفها لتحقيق استراتيجيتهم التي تستهدف إلى الاستيلاء على مواطن القرار وجني الأموال الطائلة التي تعود عليهم بمزيد من القوة، يساعدهم في ذلك سجيتهم التي تجيز اتّباع كل الأساليب الممكنة من أجل تحقيق ما يطمحون اليه، حتى لو كانت هذه الأساليب خسيسة وتعود على المجتمعات بالضرر البليغ.

وفي هذا الصدد يقول الكاتب (مارك وبر Mark Weber): (رغبة هوليوود الجنونية لأجل كسب الأرباح الهائلة فيها تعكس أضراراً جسيمة على المجتمع، والسباق لأجل اكتساب أسواق ومبيعات جديدة في هوليود تسبب في ترويج ونشر الرذائل وإنتاج ثقافة متدنية جدا وهذا في حد ذاته يعد أمراً سيئاً جداً، ويضاف إلى ذلك التاريخ الطويل لهوليوود في ترويج الأيديولوجيات والأهداف السياسية الطائفية والقومية... قال (ستيف آلين Steve Allen)[3] أحد اشهر الفنانين المحببين لدى الأمريكيين..."الجميع في الجناح اليساري واليمين والمعتدلين يعرفون بأننا نعيش في زمن سقوط

[1]- كتاب (اليهودية و الصورة الجديدة للأمريكا **Jews and the New American Scene**) للكاتبين الشهيرين (سيمور ليبست **Seymour Lipset** و إيرل راب **Earl raab**) من منشورات جامعة هارفارد / ص 27-26

[2]- ينظر: مقال(هوليوود و الأيادي الخفية خلف الكواليس) – مصدر سابق

[3]- مذيع تلفزيوني أمريكي وموسيقي وملحن وممثل وفنان كوميدي وكاتب شهير جداً. قام بتأليف ما يزيد على 50 كتابًا وحصل على نجمتين في ممر الشهرة في هوليوود (**Hollywood Walk of Fame**) ومسرح هوليوود الذي أُطلق عليه اسم مسرح ستيف آلين تكريمًا له.

الأخلاق والثقافة والكثير لا يريد أن يعترف بأن مسؤولية هذا شيء أيضا يقع على بعض وسائل الإعلام المرغوبة لدى الناس" وبرأيي "آلين" كان محقاً لأن هوليوود لها دور واضح في هذا الانحطاط الأخلاقي والثقافي في الولايات المتحدة الأميركية وكثير من دول العالم يتجاهلون ذلك)[1].

وعلى كل حال فإن إمساك اليهود بزمام هوليوود بات أمراً مسلماً به، يخضع له الرأي العام الأمريكي والعالمي على حد سواء، ويجاريه المستهلكون بكل رحابة صدر على ما هو عليه من استراتيجية تسعى لاكتساب السلطة وكثير من الهيمنة، لذا فليس من المستغرب أن نستمع إلى أحد منتجي هوليوود (جوئيل استين Joel Austin) وهو يكتب في مقالة له بصحيفة (لوس آنجلس تايم) قائلا: (كشخص يهودي أقول وبرفعة رأس وأريد أن يطلع الأمريكيون على ذلك: نعم نحن اليهود نسيطر على هوليوود... ولا يهمني ما هي وجهة نظر الأمريكيين حول سيطرتنا على الوسائل الأعلام وهوليوود و"وول ستريت" وإدارة الحكومة، الذي يهمنا هو وجوب واستمرار سيطرتنا على هذه المراكز)[2].

هوليوود والدين:

لم تسلم العقيدة الدينية ـ كأفكار وقيم ـ من استهداف هوليوود لها، في أسلوب ممنهج يؤدي بالضرورة إلى تحطيم الأديان أو إعادة تشكيلها في الذهنية الاجتماعية بشكل مشوّه يجعل أتباعها عاجزين تماماً في ساحة الصراع الحضاري، ونجد ذلك واضحاً مع مطلع القرن الواحد والعشرين إلى اليوم.

وعن طريق متابعتنا عينة من الأفلام الأميركيةذات الصدارة في الانتاج والتسويق التي أنتجت خلال عقد ونصف – تحديداً من العام 2000 إلى العام -2015 ظهرت لنا حزمة من الأفكار المضادة للأديان- وبخاصة الإسلام- التي ركزت هوليوود على تجسيدها وتناولتها بطرق مختلفة تصب في المضمون نفسه، مما يدل على محاولات جادة لبث تلك الأفكار بين الناس، وفيما يأتي ملخص لمجموع تلك الافكار[3]:

اللعب على وتر المآسي التي تتعرض لها البشرية، سواء تلك الناتجة من الكوارث الطبيعية أو الكوارث المفتعلة من البشر، وإثارة عواطف المشاهدين من خلالها لتدفعهم إلى اتهام الرب بالعبثية واللامبالاة، وتثوير روح التمرد والسخط على القضاء والقدر الإلهيين تبعا لذلك.

[1]- مقال (هوليود و الأيادي الخفية خلف الكواليس) لمارك وبر- مصدر سابق

[2]- How Jewish Is Hollywood? by Joel Stein- Los Angeles Times 19th December 2008

[3]- للاطلاع على دراسة العينات يرجى مراجعة بحث (هوليوود تستهدف الدين)- حيدر محمد الكعبي ومحمد علي العسكري- إصدار المركز الاسلامي للدراسات الاستراتيجية- ملحق الرصد رقم -14 شباط / 2016.

التشجيع المتواصل على مبدأ التحرر الفكري وتمجيد الحرية الشخصية واعتبارها مفتاح النهوض الانساني، واستثمار هذا المبدأ لرفض العبودية للرب ووسمها بالتحجّر ومخالفة العقل وقتل الطاقات الخلاّقة، وتشجّع هوليوود على ذلك بإظهار نماذج من الفكر العلماني الفاعل في العلوم الانسانية والتقنية مقابل نماذج من الفكر الديني المتصلّب الذي لا يؤمن بالتطور ولا يواكب الحياة.

وفي ذات المجال تحاول هوليوود إعادة ترتيب التاريخ البشري وفقا لما يمر به من مراحل من النضج الفكري، وتجعل الإيمان بالأديان في مرحلة تاريخية وسيطة بين عصر الأساطير وعصر التنوير، فتؤكد بذلك أن الإيمان بالغيب لم يعد نافعاً في هذه العصور لأنه لا غاية مفيدة منه لجعل حياة الناس افضل ـ إن لم يجعلها أسوأ- وإنما العلم التجريبي وحده هو من يجلب الرفاهية والراحة لهم.

ولخدمة ما تقدم من أهداف، تسعى هوليوود إلى تعميق الهوة بين الإيمان بالأديان وبين التطور العلمي التجريبي، وتجعل كلا الأمرين على طرفي نقيض جهد استطاعتها.

التركيز الشديد على نظرية داروين للنشوء والارتقاء، واعتبارها كلمة الفصل لبيان حقيقة وجود الحياة على الارض، وتتخذ من ذلك ذريعة لنفي وجود الرب، وعلى الرغم من الهفوات العلمية التي مُنيت بها هذه النظرية إلا أن هوليوود تستخدم غالبا أسلوب المصادرة على المطلوب من أجل إثبات أحقيتها والدفاع عن مضامين النظرية.

التركيز على معطيات الفيزياء النظرية الحديثة لتفسير وجود الكون، وهو أمر تنطلق به هوليوود من نظرية الانفجار العظيم التي أعلن عنها الفيزيائي الشهير (ستيفن هوكينغ)، وهي نظرية علمية أخرى – إلى جانب نظرية داروين- تستند إليها هوليوود لنفي وجود الخالق باعتبار توفر التفسير العلمي لظهور هذا الكون بما فيه.

تجعل هوليوود من التعصّب والتطرف صبغة أساسية للتديّن، وتجعل من التسامح مسألة تتناسب عكسيا مع مقدار الالتزام بالتعاليم الدينية أو ما يطلق عليه اصطلاح «الأصولية الدينية» في أدبيات الصحافة الغربية المعاصرة.

التمجيد باليهود وتاريخهم وترسيخ ظلامتهم وذم الطوائف التي تعاديهم بشكل مباشر أو غير مباشر، ولكن ذلك لا يلغي التسامح في تشويه بعض أدبياتهم الدينية وتاريخهم بشكل لا يرضي الطوائف اليهودية المتمسكة بالأصولية الدينية.

في حركة تبدو في صف الأديان، تعيد طائفة مهمة من أفلام هوليوود تجسيد التاريخ الديني

الخاص بحياة السيد المسيح(عليه السلام) ولكن ذلك يؤدي في النهاية إلى فكرة الإيمان بالثالوث الإلهي وألوهية عيسى وفكرة الصلب للتكفير عن ذنوب أتباع المسيح.

المادية هي المنبع الأساسي الذي تنتزع منه هوليوود كل تجسيد للظواهر الغيبية التي تحدثت عنها الأديان السماوية، وبخاصة ما يتعلق بتجسيد الملائكة والشياطين والجنة والنار والقيامة.

نفي مكثف لفكرة وجود الخير المطلق أو الشر المطلق في هذا الكون، ومن هذا المنطلق تجد أن الرب يمكن أن يكون شريراً في بعض الأحيان، في حين من الوارد جداً أن يكون الشيطان مثالاً للنفع والخير بالنسبة للإنسان.

ترسيخ محورية الدنيا، وجعل هذه الحياة هي الغاية والمقصد، وعلى هذا الأساس فإن الحياة الآخرة – مع فرض وجودها- لا تمثل سوى أطلال حياة على هامش هذه الحياة.

استخدام سخرية الكوميديا الدرامية لتسخيف المعطيات الدينية، وقد سخرت هوليوود في الآونة الأخيرة من كل القضايا الدينية بما في ذلك المقام الإلهي والأنبياء والملائكة ولم تراعِ حدا في ذلك.

وعلى الصعيد ذاته، كثيرا ما تمزج هوليوود الأساطير الدينية الخرافية بمعطيات الأديان السماوية وتجعل إحداهما امتداداً للأخرى في كثير من الأحيان.

الثقافة التوراتية والإنجيلية المتداولة طاغية في المسائل الدينية التي تتناولها هوليوود في أفلامها، وهي ثقافة في حد ذاتها سيئة لما تحتويه من ثغرات كبيرة لا تتوافق مع العقل والمنطق السليم.

خاتمة وتوصيات:

يقول الباحث وليد مهدي[1] واصفاً تأثير هوليوود في تشكيل الوعي الجماهيري: (في اعتقادي الشخصي هوليوود بمثابة الخيال في "مخ" المجتمع البشري ككلٍّ موحد، وحتى لو زالت الإمبراطورية العسكرية «الديمقراطية» الأميركية من الوجود، فأعتقد أن هوليوود ستبقى في القمة ولن يصل إلى مستواها الفني مكانٌ آخر في العالم، وربما سيكون لها دورٌ أكبر في تثقيف البشرية عبر سبكها للعلم والفن واللاهوت والتاريخ في قوالب ملوّنة متنوعة تعيد إنتاج الفنون والعلوم والتاريخ في وعينا)[2].

في مقابل هذا الفن المُؤدلِج ذي التأثير الضاغط على عقيدة الإنسان المتديّن وسلوكه، لا بد

[1]- كاتب وباحث عراقي يوصف بأنه ماركسي مجـدد يحترم ويجل الثقافة الإسلامية.
[2]- نشر في موقع الحوار المتمدن بعنوان (هوليوود وعالم ما بعد الموت) بتاريخ 2010/10/13

من أن يكون لدينا ما يدفع مغالطاته الفكرية ويفضح ألاعيبه الإعلامية، ويبين لدى المشاهدين –وبخاصة الشباب- التفافه على الحقائق البديهية والقيمية بطريقة لا تخلو من المكر.

على أن أفضل طريقة لصد خطر هذا الإنتاج المؤثر هو استخدام الأسلوب ذاته، أي بيان الحقائق من خلال الأفلام السينمائية ذاتها، وبالأسلوب البارع والمؤثر نفسه الذي يستهوي طبقات المجتمع كافة، مع الأخذ بنظر الاعتبار أن التجربة شاهدة على أن المجتمع يتأثر بالرسائل الفنية والإعلامية التي تقترب من بيئته والتي يؤدي أدوارها أشخاص من أبناء جلدته، بشرط أن يتوافر العمل الدرامي على أدوات النجاح ابتداء من السيناريو المُحبك مروراً بالتمثيل الجيد وانتهاء بالإخراج المحترف.

ولا يلغي ذلك دور البرامج التلفزيونية والجلسات النقاشية والندوات الثقافية والخطابات المنبرية والمنشورات الدورية في كشف خطر أفلام هوليوود وبيان طبيعة تأثيرها في الجانب العقائدي والاجتماعي، لذا لا بد من أن يركز المصلحون اهتمامهم بهذا الجانب لدرء خطره عقائدياً وسلوكياً في المرحلة الراهنة على أقل تقدير.

وعلى صعيد آخر، لا غنى لمفكرينا ومثقفينا عن الاطلاع العلمي المتخصص في المجالات العلمية الحديثة كالفيزياء النظرية وعلم الحياة (البايلوجي) وعلم الارض (الجيولوجيا) وعلم الفلك بمقدار ما يخدم الحقائق الكونية، لأنه غالبا ما يتخذ الملحدون الجدد من دقائق هذه العلوم مادة أساسية لتعبئة مغالطاتهم الفكرية لدعم الالحاد، وهو أمر طالما انعكس على السينما الأميركية في أعمالها الشهيرة.

ولا يخفى أن أكثر الشبهات التي تتعلق اليوم بالجوانب الغيبية تأتي من توظيف العلوم الحديثة لترويج الإلحاد، على عكس العهود القديمة التي كانت تتخذ من العلوم العقلية الصرفة وسيلة لهذا الغرض.

لذا فان الاطلاع العلمي الدقيق على تلك العلوم يفيد كثيرا في مجال الرد بالمثل، إذ يمكن أن يوظف المطّلعون على دقائق تلك العلوم لإلهام الإنتاج السينمائي الذي يدعم العقيدة ويقوي أركانها في نفوس مجتمعاتنا.

الميديا اليهودية
ملحمة التضليل الكبرى في السيطرة على العالم

خضر أ. حيدر[*]

لا شك بأن سيطرة اليهود على الكثير من الأجهزة الإعلامية العالمية، وكذا المؤسسات الدولية- أمر لا يستطيع أحد إنكارَه؛ فهم يعملون ليلَ نهارَ لتحقيق هدفهم المنشود في السيطرة على العالم، واحتواءِ شعوبِه، والسيطرة على مقدراتها والتأثير في وعيها. ولقد خطط اليهود على مدى أجيال طويلة لتحسين صورة اليهوديِّ، ولم يجدوا وسيلة لذلك إلاَّ السيطرةَ على وسائل الإعلام العالمية.

في هذه الدراسة للباحث اللبناني خضر أ. حيدر محاولة للإحاطة بفلسفة الإعلام لدى الزعماء اليهود وقادة الحركة الصهيونية الذين أسسوا امبراطوريات إعلامية ابتداءً من القرن السادس عشر ليسيطروا اليوم على كبريات الشركات الإعلامية ومواقع التواصل الحديثة.

المحرر

شكل المؤتمر الصهيوني الأوَّل الذي انعقد برئاسة «تيودور هيرتزل» في مدينة (بازل) بسويسرا ـ عام 1897 نقطةَ تَحوُّل خطيرةً؛ إذ رأى المجتمعون أن مُخطَّطهم لإقامة دولة إسرائيل لن يُكتَب له النجاح إذا لم تتمَّ لهم السيطرةُ على وسائل الإعلام العالمية، وخاصةً الصحافةَ.

والواقع أن اليهود استطاعوا السيطرة على الكثير من وسائل الإعلام في أوروبا وأميركا. ففي بريطانيا على سبيل المثال سيطروا على عشرات الصحف مثل «التايمز»، و«الصنداي تايمز»، ومجلة «صن» ومجلة «سيتي ماغازين»، وغيرها. وقد نُشِرَت إحصائيَّةٌ عامَ 1981م تُشِير إلى أن مجموع

* ـ صحافي وباحث متخصص الميديا المعاصرة ـ لبنان.

ما توزِّعه كل يوم 15 صحيفة بريطانية واقعة تحت السيطرة الصهيونية- في بريطانيا وخارجَها- يبلغ حواليَ 33 مليون نسخة. وفي أميركا تقذف المطابع يوميًّا بـ 1759 صحيفة يتلقَّفها 61 مليون أميركي، بالإضافة إلى 668 صحيفة أسبوعية تصدُر يوم الأحد، ويُشرِف على توزيع هذا العدد الهائل من الصحف حوالي 1700 شركة توزيع يسيطر اليهود سيطرة كاملة على نِصفِها، وسيطرة أقل على النصف المتبقي.

أما في فرنسا، حيث لا يزيد عدد اليهود على 700 ألف نسمة، فيحظون بنفوذ كبير في الحياة السياسية والاقتصادية، وتلعب وسائل الإعلام التي تقع تحت سيطرتهم المباشرة أو غير المباشرة دورًا فعَّالاً في تكريس النفوذ الصهيونيِّ هناك.

وبطبيعة الحال، فإن الاستحواذ اليهودي على وسائل الإعلام لم يقتصر على الصحافة المكتوبة بل تعداها إلى ميادين الفن والإعلان بصنوفه المختلفة. لذلك سيشهد العالم الأوروبي سيطرة اللوبي اليهودي على صناعة السينما والتلفزيون والمسرح والثقافة؛ وتشير بعض الإحصائيات إلى أن أكثر من 90% من مجموع العاملين في الحقل السينمائي الأميركي: إنتاجًا، وإخراجًا، وتمثيلاً، وتصويرًا، ومونتاجًا ـ هم من اليهود. هذا فضلاً عن امتلاكهم شبكات التلفزيون الأميركية، وهي أقوى الشبكات في العالم؛ حيث تقع في معظمها تحت نفوذهم، وقد امتدت أذرُع الأخطبوط الصهيوني إلى المسارح أيضًا، وتحكمت في توجيهها.

اللوبي اليهودي والأمبراطوريات الخمس

استطاع اللوبي الإعلامي اليهودي أن يمسك بلعبة «الميديا» منذ انطلاقتها الأولى في بداية ثمانينيات القرن العشرين. وإذا كانت أميركا هي الأرض التي انطلقت منها هذه اللعبة للسيطرة على العقول، وبالتالي على سيادات الدول والمجتمعات المدنية. فقد عمل رأس المال اليهودي من أجل الاستحواذ على هذا السلاح مع سقوط المعسكر الاشتراكي وبداية عهد المجتمع الليبرالي العالمي. ومن المعروف أن استراتيجية الدعاية الأميركية تستند إلى ماكينة هائلة من المؤسسات الكبرى المنتجة والموجهة للصوت والصورة والخبر. وبحسب الخريطة المقروءة فإنَّ هذه الماكينة تتشكَّل من خمس إمبراطوريات يتسلَّط عليها متمولون يهود. وهو ما يضفي على مبدأ السيطرة طابعاً فريداً يمكن من خلاله تبيُّن علاماته الفارقة من انخراط هذه الإمبراطوريات في إطار خطط الهيمنة على المنطقة وعبر المشاركة في الحروب الإقليمية في آسيا والشرق الأوسط.

هذه الإمبراطوريات هي على الوجه الآتي:

أولاً: تُعد شركة "أميركا أون لاين" أكبر إمبراطورية إعلامية أميركية في الوقت الحاضر. فقد قامت قبل سنوات بشراء شركة «تايم وورنر» وابتلاعها بصفقة قيمتها 160 مليار دولار. وبموجب هذه الصفقة أصبح رئيس شركة "تايم وورنر"، اليهودي جيرالد ليفين كبير المديرين التنفيذيين للشركة. وبذلك يكون أمام اليهود الذين كانوا يسيطرون على الشركة فرصة السيطرة على سوق خدمات «الإنترنت» حيث تعتبر شركة "أميركا أون لاين" أكبر مجهز لخدمة الإنترنت في الولايات المتحدة، بل في أميركا الشمالية عموماً.

ثانياً: شركة «والت ديزني»، وقد بلغت وارداتها عام 1997 ثلاثة وعشرين مليار دولار، ورئيسها وكبير مديريها التنفيذيين هو اليهودي مايكل أيزنر، الذي تصفه بعض وسائل الإعلام بأنَّه «مهووس بالسيطرة». وتتبع شركة "ديزني" مجموعة من الشركات المتخصصة بالإنتاج التلفزيوني مثل "والت ديزني تيليفجن"، و"تاتشستون تيليفجن"، و"بوينا فيستا تيليفجن"، بالإضافة إلى شبكات الكيبل التي بلغ مشتركوها أكثر من مئة مليون مشترك.

أما ما يخص إنتاج الأفلام السينمائية فهناك عدة شركات تابعة لمجموعة والت ديزني للأفلام السينمائية، منها "والت ديزني بيكتشرز"، و"تاتشستون بيكتشرز"، و"هوليوود بيكتشرز"، و"كارافان بيكتشرز". ويرأس هذه المجموعة اليهودي جوزيف روث الذي أسس عام 1993 شركة "كارافان بيكتشرز" (التي يرأسها الآن زميله اليهودي روجر بيرنباوم). كما تتبع لشركة والت ديزني شبكة

إيه إس بي إن، ورئيسها هو اليهودي ستيفن بورنشتاين. ولهذه الشركة أيضاً سلسلة من قنوات الكيبل. والإذاعات التي تغطي جميع أنحاء الولايات المتحدة. كما تمتلك الشركة مؤسسة «فير تشايلد بابليكيشن» للنشر التي تقوم بإصدار العديد من المجلات المتخصصة.

ثالثاً: مجموعة "فياكوم" التي يترأسها (ويملك 76 بالمئة من أسهمها) اليهودي سومنر ريدستون. وتمتلك هذه المجموعة 13 قناة تلفزيونية، 12 محطة إذاعية، وتنتج برامج تلفزيونية للشركات الأخرى.. كما تقوم بإنتاج الأفلام السينمائية عبر شركة «باراماونت بيكتشرز» التي ترأسها اليهودية شيري لانسينج. وتضم الشركة أقساماً للنشر، وتقوم بتوزيع الفيديو عبر أربعة آلاف محل في الولايات المتحدة، بالإضافة إلى العديد من الاختصاصات الأخرى المشابهة. ولكن شهرة مجموعة "فياكوم" تأتي من كونها أكبر شركة للبرامج عبر الكيبل. وتتبع لها شركات مثل "شوتايم"، و"إم تي في"، وشبكة "نيكلوديون" المخصصة للأطفال، وتتمتع هذه الأخيرة بأكبر نسبة من المشاهدين الأطفال، وتحوز على أكثر من 65 مليون مشترك في الولايات المتحدة، وهي تتوسع بسرعة باتجاه أوروبا.

رابعاً: مؤسسة يملكها ويديرها اليهودي إدغار برونفمان (الابن) وإدغار هذا هو ابن رئيس المؤتمر اليهودي العالمي إدغار برونفمان (الأب). ويمتلك الابن شركتي إنتاج ضخمتين هما "إم سي إيه""، و"يونيفرسال بيكتشرز" (وقد اندمجتا الآن تحت اسم "يونيفرسال ستوديوز"). وقد أصبح برونفمان أكبر عمالقة التسجيلات عندما قام سنة 1998 بشراء شركة "بوليغرام ـ عملاقة التسجيلات الأوروبية ـ بعدما دفع 6,10 مليار دولار لشركة الإلكترونيات الهولندية "فيليبس".

وتمتلك شركة "بوليغرام" أيضاً شركات "غراموفون" الهولندية، و"ديكا" لندن، و"فيليبس"، وجميعها شركات تسجيلات. ويبلغ دخلها السنوي نحواً من 12 مليار دولار. وتعتبر شركات التسجيلات التابعة لهذه المجموعة أول من ابتكر تلك الموسيقى الزنجية التي تسمّى موسيقى الراب»، والتي تتميّز أغانيها بحض السود على العنف والعدوانية وانتهاك الأعراض، وفق نظرية تقول إنَّ السود ميالون عرقياً إلى مثل هذه النزعات.

خامساً: هي الإمبراطورية الأشهر في مجال الإعلام المرئي ويملكها اليهودي الأسترالي روبرت مردوخ. تضم مجموعة شركات مثل "فوكس" تيليفجن نيتوورك"، و"توينتيث سينتشري فيلمز"، و"فوكس 2000"، وبلغت وارداتها عام 1997 أكثر من 11 مليار دولار. وتشرف مجموعة "فوكس" على كل الأنشطة السينمائية والتلفزيونية والخاصة بالنشر ضمن الولايات المتحدة. ويترأس هذه المجموعة اليهودي بيتر تشيرنين، الذي هو في الوقت ذاته كبير مديريها التنفيذيين. وتحت إمرة تشيرنين تعمل اليهودية لاورا زيسكين رئيسة لشركة "توينتيث سينتشري فوكس". كما يعمل في إمرتها اليهودي بيتر روث بوصفه رئيس لشركة "فوكس إنترتينمنت". ومن المعروف عن تشيرنين قوله: «إنني أريد السيطرة على الأفلام التي تعرض في كل أنحاء العالم... ما الذي يمكن أن يكون أمتع من ذلك؟».

إلى جانب الإمبراطوريات الخمس المشار إليها تأتي الفضائيات لتضيف إلى مجتمع الإعلام العالمي نكهة زائدة. وقد كان لها ولا تزال في الساحة الأميركية الميدان الواسع لممارسة لعبة السيطرة على اتجاهات الرأي العام العالمي. وقد كانت أهم ثلاث قنوات تلفزيونية أميركية في ما مضى هي "إيه بي سي"، و"سي بي إس"، و"إن بي سي".. وذلك قبل أن تعزز الإمبراطوريات الإعلامية اليهودية قبضتها على هذه السوق وتبتلع تلك القنوات.. ولكن عندما كانت تلك الشبكات مستقلة كان يسيطر عليها جميعاً اليهود، منذ إنشائها.. إذ سيطر على "إيه بي سي" ليونارد غولدينسون، وسيطر على "إن بي سي" ويليام بالي، ثم لورنس تيش، وكلاهما يهوديان كما أسلفنا. وخلال عقود من عمل هذه الشبكات كانت تمتلئ باليهود من الصحافيين والإداريين والفنيين، وعندما تمّ ابتلاع هذه الشبكات من قبل إمبراطوريات أكبر حجماً، انتقل هذا الثقل إلى الإمبراطوريات نفسها، التي كان يسيطر عليها اليهود أساساً.

روبرت مردوخ وأسطورة الميديا

وفي مجال السيطرة اليهودية على وسائل الإعلام الحديثة، لا سيما منها الفضائيات، لا بد من الانتباه إلى الدور الكبير الذي لعبه روبرت مردوخ في هذا المجال. والمعروف أن مردوخ هو رجل أعمال يهودي أسترالي يحمل الجنسية الأميركية (من مواليد 11 مارس 1931)، ويعتبر قطباً من أقطاب التجارة والإعلام الدولي، حائز شارةَ المرتبة الأسترالية وصليب مرتبة القديس جورج الأكبر. أصبح مردوخ المدير العام لشركة "نيوز ليميتد "News Limited" (الأخبار المحدودة) في أستراليا، والتي ورثها عن والده، في عام 1952. [4][5] وهو مؤسس، ورئيس مجلس الإدارة والرئيس التنفيذي للشركة القابضة للإعلام الدولي "نيوز كوربوريشن News corporation " التابعة لها قناة "فوكس نيوز" الإخبارية المشهورة بمناصرتها المطلقة لإسرائيل وعدائها الشديد للقضية الفلسطينية. تعتبر شركة "نيوز كوربوريشن" ثاني أكبر تكتل لوسائل الإعلام في العالم. تتبع مردوخ أيضاً الشركات التي خلفت "نيوز كوربوريشن" بعد انقسام التكتل في 28 يونيو /حزيران 2013، وهي مؤسسة الأخبار "نيوز كورب News Corp " وشركة "فوكس" للقرن 21 للأفلام الأميركية (st Century Fox).

استحوذ مردوخ في الخمسينيات والستينيات من القرن الماضي على العديد من الصحف المتنوعة في أستراليا ونيوزيلندا، قبل أن يتوسع في المملكة المتحدة في عام 1969، واستولى على جريدة "نيوز أوف ذه وورلد" (أخبار العالم)، وتبعها بقليل جريدة "ذا صن" (الشمس) الشعبية. انتقل إلى نيويورك في عام 1974 للتوسع في السوق الأميركية، لكنه حصر اهتمامة في أستراليا وبريطانيا. في عام 1981، اشترى صحيفة "ذي تايمز" (المواعيد)، أول صحيفة له من القطع الكبير في بريطانيا، وأصبح مواطناً أميركياً بالتجنس في عام 1985.

في عام 1986، ولحرصه على تبني أحدث تقنيات النشر الإلكتروني، قام مردوخ بتوحيد ودمج عمليات الطباعة في المملكة المتحدة في مقر بحي "وبينج" شرقي لندن، مما تسبب في نزاعات صناعية مريرة. استحوذت شركته "نيوز كوربوريشن" على شركة "فوكس" للقرن العشرين للأفلام الأميركية (20th Century Fox) عام 1985، و شركة "هاربر كولينز" (HarperCollins) للنشروالطباعة عام 1989 [10] وصحيفة "وول ستريت جورنال" (The Wall Street Journal) عام 2007. قام مردوخ بتكوين شركة "بي سكاي بي" (سكاي البريطانية للبث الفضائي) في عام 1990 وخلال التسعينيات توسع في شبكات البث الفضائي في آسيا وشبكات التلفزة في أميركا الجنوبية. وبحلول عام 2000، أصبحت شركته «نيوز كوربوريشن» تمتلك أكثر من 800 شركة في أكثر من 50 بلداً في العالم بصافي أصول يصل لأكثر من 5 مليارات دولار.

في تموز يوليو 2011، واجه مردوخ مزاعم بأن شركاته، بما في ذلك "نيوز أوف ذه وورلد" (أخبار العالم) البريطانية المملوكة لشركة «نيوز كوربوريشن»، قد تجسست بانتظام على هواتف مشاهير، وملوك ومواطنين عامة. وهو يواجه تحقيقات حكومية وشُرطية من قبل الحكومة البريطانية تتعلق بالرشوة والفساد وتحقيقات تتبع مكتب التحقيقات الفيدرالي في الولايات المتحدة. [وفي 21 أيار مايو 2012، استقال من منصبه كمدير لشركة "نيوز انترناشونال" (الأخبار العالمية) للنشر وهي شركة فرعية مملوكة بالكامل لشركة "نيوز كورب" (News Corp). في عام 2014، أدرج في ساحة التلفزة للمشاهير لإسهاماته في مجال التلفزة.

دور «إيباك» في الهيمنة الإعلامية

إذا كانت الهيمنة اليهودية على الإعلام العالمي قد وجدت ميادينها الواسعة في الولايات المتحدة الأميركية بصفة أساسية، فذلك يعود إلى الشأن المتعاظم لقوى الضغط اليهودية التي تسيطر على العصب المالي والاقتصادي والثقافي هناك.

وفي هذا المجال يبين العالم الاقتصادي رودريغ ترامبلي* الدور الذي تحتله منظمة «إيباك» في الحياة الأميركية فيقول:

«لا أحد يستطيع أن يفهم ما يجري سياسياً في الولايات المتحدة من دون أن يكون مدركاً أن التحالف السياسي بين الجماعات الرئيسية المؤيدة لليهود ومفكرين من المحافظين الجدد المؤيدين لإسرائيل والصهاينة المسيحيين. ذلك أن هذا التحالف يمارس تأثيراً شديداً جداً على الحكومة الأميركية وسياساتها. ومع مرور الزمن بسط هذا اللوبي الواسع المناصر لإسرائيل والذي تشكل رأس حربته اللجنة الأميركية للقضايا الإسرائيلية العامة (إيباك) مجمل هيمنته على أقسام كبيرة من الحكومة الأميركية ومن بينها مكتب نائب الرئيس والبنتاغون(وزارة الدفاع) ووزارة الخارجية، بالإضافة إلى السيطرة على الجهاز التشريعي للكونغرس. ويعاونه في مهمته حلفاء أقوياء داخل الحزبين السياسيين الرئيسين، وفي أكبر وسائل الإعلام وبعض علب الأفكار (حلقات المفكرين) الممولة بسخاء مثل معهد المشاريع الأميركي، ومؤسسة الميراث، أو معهد واشنطن للأمن في الشرق الأدنى.

و"إيباك" هي القطعة الرئيسية في هذا الجهاز المنسق. كمثل على ذلك، فإن هذه القطعة تحفظ إحصاءات الانتخابات عن كل نائب أو شيخ تبلّغ في ما بعد الى الممولين السياسيين كي يعملوا وفق تلك النتائج، وهي تنظم أيضاً بصورة منتظمة رحلات إلى إسرائيل مدفوعة النفقات، فضلاً عن لقاءات مع وزراء إسرائيليين وشخصيات لأعضاء الكونغرس وموظفيهم، ولسياسيين ناشطين على

مستوى الولايات أو على المستوى المحلي. إن عدم تسلّم هذه الإجازة هو إعاقة كبرى لأي سياسي أميركي طموح حتى ولو كان باستطاعته أن يعتمد على ثروته الخاصة. ففي واشنطن، ومن أجل الوصول إلى المقررين بشكل أفضل، طوّر اللوبي عادة استجلاب الموظفين العاملين في مكاتب الشيوخ وأعضاء المجلس التشريعي. وعندما تبدأ الانتخابات يتأكد اللوبي من أن السياسيين الفاترين، الميالين إلى الاستقلال أو المنشقين، سيعاقبون ويهزمون، وهو بهذه المهمات يؤلف مصدراً لسلطة سياسية كبيرة من خلال تمويله الحملات الانتخابية، والدعاية السياسية في وسائل الإعلام بحيث إن أي سياسي أميركي لا يجرؤ على تجاهل طلباته من دون أن يخشى أن يتحول إلى حطام. وكما أكد مؤخراً المحلل الإخباري المحنك روبير نوفاك، بفضل تأثير "إيباك" واللوبي فإن «واشنطن تظل بصورة كبيرة منطقة لثنائية حزبية خالية من الانتقاد لإسرائيل».

ولا شك في أن هذا الواقع يمكن فهمه، بكثير من اليسر، فتقنيات "إيباك" فعالة جداً لدرجة أنها تعطي الانطباع بأنها «حكومة موازية» لواشنطن (دي سي). وبحسب كلمت رئيسها هوا رد فريدمان المدونة في نشرة تتجاوز في ادعائها كل حد وموجهة الى المتعاطفين، إنها تستند بنوع خاص على تقنيتين اثنتين هما:

أولاً- إن "إيباك" تلتقي كل مرشح يسابق الزمن نحو الكونغرس. هؤلاء المرشحون يتسلمون بيانات مفصلة تساعدهم على فهم كامل لتعقيد وضع إسرائيل السيئ أو الشرق الأوسط بمجمله: فنحن نطلب من كل مرشح أن يكتب «ورقة وقف» حول وجهات نظره (عن تقرير الصيف)، وموقفه حول هذا الموضوع يصبح بهذا الشكل واضحاً".

ثانياً – «إن أعضاء الكونغرس وطاقم الإدارة وموظفيها منقادون بإذعان لأبحاث "إيباك". فهم أناس منشغلون جداً ويعرفون أن في إمكانهم الاعتماد عليها في تحليلاتها البعيدة النظر. فنحن نقدم هذه المعلومات بشكل موجز للموظفين المنتخبين. والمعلومات والتحليلات لا لبس فيها مطلقاً. وفي النهاية فإن سمعتنا على المحك. وهذا ما يترتب عليه سياسة وتشريع يؤمنان بقاء إسرائيل".

لقد ظل نفوذ اللوبي اليهودي لسنوات عديدة غير مكتشف بل ظل متجاهلاً أو متخفياً بفضل وسائل الإعلام التي كان يسيطر عليها، وبفضل غالبية المعلقين. إلا أنه في 10 آذار(مارس) عام 2006 نشر اختصاصيان أميركيان محترمان هما البروفسور ستيفان والت من جامعة "هارفرد" وجون ميرشيمر من جامعة "شيكاغو" دراسة في المجلة اللندنية تحت عنوان «اللوبي الإسرائيلي وأمن الولايات المتحدة". وهذه الدراسة تتركز حول موضوع التأثير اللامتكافئ الذي يملكه لوبي المصالح الخاصة هذا على السياسة الخارجية للولايات المتحدة». وتقول إن "إيباك" «هي المنظمة

الأكثر قوة والأكثر شهرة» للوبي الإسرائيلي والتي تفسد بصورة منهجية السياسة الأميركية الخارجية. وفي ختامها تظهر الدراسة أن إسرائيل لعبت دوراً كبيراً لدفع إدارة بوش في حربها ضد العراق، وبرهنت على أن تأثير اللوبي المؤيد لإسرائيل في السياسة الأميركية الخارجية كان سيئاً سواء بالنسبة إلى إسرائيل أم الولايات المتحدة، فبعد هذا لا يستطيع أحد أن يفتعل تجاهلاً للتأثير المدمر لهذا اللوبي القوي على سياسة الولايات المتحدة الخارجية. ونقدم مثلاً آخر عن أنواع السلطة التي يتمتع بها اللوبي في يومنا الحالي في واشنطن (دي سي) وهو نجاحه في إنشاء وكالة ذات مصالح خاصة داخل وزارة الخارجية تدعى «مكتب اللاسامية الشاملة» وذلك بواسطة أموال دافعي الضرائب. وفي حركة تذكر بما حصل خلال قرون غابرة تحت ظل بعض الأنظمة التوتاليتارية، فإن هذه «الوكالة» الجديدة مكرّسة بشكل كامل لمراقبة ما يحدث في العالم من حالات نقد لإسرائيل، أو لسياسات أميركا المؤيدة لها. وهذا من جملة مهمات أخرى. إن إنشاء قسم «التفتيش» الجديد هذا قد صرح له بقانون خاص هو H87. (R.4230).وهو القانون الذي وقعه الرئيس جورج ولكر بوش في 16 تشرين الأول (اكتوبر) عام 2004. إلى هذا فإن للمسيحيين الصهاينة الشهيرين أيضاً تأثيرات حاسمة في السياسة الأميركية الخارجية، وبالأخص ما يتعلق منها بالشرق الأوسط، فلقد حققت دعايتهم نجاحاً كبيراً إلى درجة أن هناك اليوم نحو 40% من الأميركيين يؤمنون بأن إسرائيل قد أعطيت مباشرة من «الله» إلى الشعب اليهودي، بل إن ثلث الأميركيين يؤمنون بأن تكوين دولة إسرائيل عام 1948 بعد الحملة الإرهابية ضد بريطانيا العظمى كانت مرحلة نحو «المجيء الثاني ليسوع المسيح» و"نهاية الأزمان". وبالنسبة إلى الأكثر تعصباً فيهم فإن «الحرب على الإرهاب» تعني، مهما كان نوعها، حرب أديان بين المسيحية والإسلام. مع أفكار من هذا النوع سوف يدفع العالم أربعة قرون إلى الوراء، حيث إن آخر الحروب الدينية وهي حرب الثلاثين سنة بين البروتستانت والكاثوليك الأوروبيين قد استعرت بين أعوام 1618 و1648.

في أيامنا الحالية يملك اليمين الديني مكتباً للمصالح الخاصة في وزارة الخارجية. يدعى مكتب الحرية الدينية الدولية، ومهمته الرئيسة هي التدخل في القضايا الداخلية للبلدان الأخرى.

الإعلام الإسرائيلي نموذجاً تطبيقياً

بطبيعة الحال، لا يمكن تناول الإعلام اليهودي العالمي منهجياً بصورة منفصلة عن الإعلام الإسرائيلي، ذلك لأن هذا الأخير يشكل النموذج التطبيقي المباشر للرؤية اليهودية الأصلية.

من أجل ذلك فإن فهم الرؤية التي تحكم المنطلقات النظرية الحاكمة على الرسالة التي تبثها الوسائل الإعلامية الإسرائيلية، تستلزم وعياً للمرتكزات والمفاهيم التي استندت إليها تلك الوسائل،

باعتبارها - أي المرتكزات - واحدة من الأدوات الأساسية المحددة لشكل الرسالة الإعلامية ومضمونها، والإطار الجامع لعناصر التعبئة الأيديولوجية، وبالتالي فهي المؤثرة في تحديد السياسات المتبعة، والأساليب المستخدمة في عملية توصيل تلك الرسالة... وعلى هذا فلقد قامت الحركة الإعلامية الإسرائيلية على جملة من المرتكزات الدعائية التي يمكن تلخيصها بالآتي:

أ- خرافة الأرض الموعودة:

استناداً إلى مقولة الأرض الموعودة هذه المقولة، «ومنذ إنشاء الكيان الصهيوني، ركزت الأيديولوجية الصهيونية من خلال الماكينة الإعلامية على اجتذاب العنصر اليهودي من كافة بقاع المعمورة تحقيقاً للوعد الرباني بالأرض الموعودة. وأضيف إليه بعد إنشاء الكيان الصهوني فكرة جوهرية، حيث جرى تصوير إسرائيل الملجأ الوحيد الذي تبنى لليهود فما عليهم لكي يتخلّصوا من الاضطهاد العالمي إلا التوجه صوبها.

ب- نظرية الأرض بلا شعب:

وهي المقولة التي اتخذت سمة الاستمرارية للشعار الذي كانت الحركة الصهيونية قد عملت على ترويجه في الوسط الأوروبي والقائل بأن اليهود شعب بلا أرض سيعود إلى أرض بلا شعب، وبعد قيام الكيان استمر الصهاينة بالتركيز على هذه المقولة والعمل على تثبيتها في عقول الرأي العام - الغربي تحديداً - وذلك بهدف إظهار دور الحركة الصهيونية على أنه دور إحيائي إعماري، وليس إحلالياً استعمارياً... وفي هذا يقول حاييم ويزمان - أول رئيس لإسرائيل - في مستهل خطاب ألقاه أمام اجتماع صهيوني عُقد في باريس: لقد كانت الصهيونية في مراحلها الأولى، كما أسسها الرواد، عبارة عن حركة تعتمد كلياً على عوامل ميكانيكية، هناك بل اسمه فلسطين، وهو بدون شعب، ومن ناحية أخرى هناك الشعب اليهودي، وهو بدون بلاد، إذن فمن الضروري وضع الجوهرة في الخاتم، أي جمع الشعب اليهودي في الأرض».

ج- مقولة جمع الشتات:

إن إحدى أعقد المشكلات التي واجهت البدايات التأسيسية للدولة العبرية الفتية، كانت إيجاد عناصر الصهر الاجتماعي بين التشكيلات المجتمعية المتعددة التي هاجرت إلى إسرائيل، فاختلاف الأعراق والجنسيات، وبلدان المنشأ، وحتى اللون، بين اليهود الممهاجرين إلى فلسطين أوجد حالة من التشرذم الاجتماعي، دفع بتلك المجموعات نحو تشكيل ما يشبه القطاعية الاجتماعية حيث تشكلت في الداخل الإسرائيلي مجتمعات خاصة للروس؛ أي المهاجرين من روسيا، وأخرى

للألمان، وثالثة للمغاربة، ورابعة للأكراد، وهكذا... حتى لجأ القيّمون على المجتمع القائم حديثاً في فلسطين، إلى إنتاج مفهوم جديد أطلقوا عليه تسمية الصباريم (أي الذين ولدوا هم وآبائهم على أرض إسرائيل)، وذلك بهدف محاولة إلغاء الفروقات الدالة على الاختلافات الناشئة عن التباينات الموجودة بين اليهود في العراق أو المنشأ أو غير ذلك، وصولاً إلى إعادة انتاج تركيب مجتمعي متجانس من حيث المنشأ والانتماء يسمّونه المجتمع الإسرائيلي.

د-مقولة الأخطار المحدقة:

وهي المقولة التي عملت الدعاية والإعلام الصهيوني - وما زال - على استخدامها بقوة، أكثر من أي مقولة أخرى، وتقوم على أن اسرائيل ومن جوانب عدة، يتهددها الخطر بشكل دائم. وعُرّضة لأن تُزال من قبل محيطها في كل وقت، فمن الناحية الجغرافية هي دولة صغيرة الحجم قياساً الى الدول الأخرى المعادية لها، ومن الناحية السكانية فهي تشكل أقلية (يهودية) بين بحر من المسلمين المحيطين بها، إضافة إلى كون هذا المحيط هو محيط مادي بشكل كامل - على الأقل حتى العام 1978 - حين عقدت معاهدة السلام مع مصر.

وقد حاول الإعلام الإسرائيلي، منذ البدايات الأولى لقيام الكيان الصهيوني، الاستفادة من هذه المقولة لاستقطاب الرأي العام العالمي، واستدرار العطف الغربي ناحية الدولة، من أجل تأمين حمايتها. والعمل الدائم على توفير الدعم اللازم لها، وإبقائها في حالة من التفوّق العسكري والاقتصادي بالمقارنة مع محيطها المتفوق عليها جغرافياً وسكانياً.

... وبالاجمال، فقد بنى الإعلام الإسرائيلي، بهذه المقولات، استراتيجياته التوجيهية التي تخدم اتجاهاته في التعبئة الأيديولوجية للمجتمع اليهودي، منذ البدايات الأولى لنشوء الكيان، واستناداً إليها رسم سياساته التي عمل - وفقاً لها - على لعب دور محوري في التشكيل الثقافي للمجتمع الإسرائيلي، هذا فضلاً عمّا أسهم به في تثبيت الرؤية الصهيونية لبناء دولة إسرائيل بوحي من تلك المرتكزات.

هـ- مقولة يهودية الدولة:

يحتل شعار يهودية الدولة موقع الصدارة في «الميديا» الإسرائيلية. فقد تبين أن هذا الشعار يكاد يكون السلاح الأيديولوجي - الديني الأخير الذي يراهن عليه العقل الإسرائيلي لإعادة الاعتبار للإجماع القومي المهزوز. ففي خلال مدة حكم رئيس الوزراء بنيامين نتنياهو ركزت وسائل الإعلام المختلفة، وفي مقدمها الفضائيات اليهودية في داخل إسرائيل وخارجها، على تسويق فكرة الدولة

اليهودية الصافية بما يترتب على هذه الفكرة من توظيف للإعلام بأشكاله كافة. وإذا كان نتنياهو قد اشترط الاعتراف الفلسطيني والدولي بفكرة يهودية دولة إسرائيل لاستئناف التفاوض ابتداء من العام 2011، فقد جرى تسويق هذا الطرح في وقت بلغ فيه النشاط الاستيطاني ذروته في الضفة الغربية وفي كافة الأراضي المحتلة عام 48، وخاصة في منطقة النقب جنوب فلسطين. واللافت أن مصطلح يهودية الدولة الذي امتلأت به وسائل الإعلام الإسرائيلية في المرحلة المعاصرة، لم يكن حديث العهد. بل ظهر بقوة في أدبيات المؤتمر الصهيوني الأول الذي أنهى أعماله نهاية آب (أغسطس) 1897 في مدينة "بازل" السويسرية.

شبكة الإعلام الإسرائيلي، وظائفها وآليات عملها

لقد اهتمت المنظمة الصهيونية العالمية منذ تأسيسها بالإعلام؛ من أجل الترويج للصهيونية والهجرة إلى فلسطين؛ نشير هنا إلى ما كتبه تيودور هرتسل في افتتاحية العدد الأول من أسبوعية الحركة الصهيونية «دي وولت»، بتاريخ 3\6\1897: «يجب على هذه الصحيفة أن تكون درعًا للشعب اليهودي، وسلاحًا ضد أعداء الشعب». وقبيل تأسيس إسرائيل عام 1948؛ عمل قادة الحركة الصهيونية على كافة المستويات التي تمكنهم من القيام بوظيفة الدولة، وكان الإعلام أحد أهم هذه المستويات. وقد نشطت خلال تلك الفترة «إذاعة إسرائيل»، وأربع عشرة صحيفة صهيونية منها أربع صحف ناطقة بالعربية، وموجهة إلى الفلسطينيين والغرب لتخدم أغراضاً صهيونية؛ ومن أشهر هذه الصحف "هآرتس" و"يديعوت أحرونوت" و"معاريف" و"دافار"؛ أما الصحف الناطقة بالعربية فهي: "بريد السلام"، و"صحيفة السلام"، و"اتحاد العمال"، و"حقيقة الأمر". وكانت أهداف كل تلك الوسائل في الدعاية والإعلام هي تثبيت أقدام الصهاينة وترويع وتخويف العرب الفلسطينيين كذلك الدعاية من أجل الترويج للهجرة الصهيونية إلى فلسطين.

وكان بن غوريون يعتقد، أن وظيفة الإعلام الإسرائيلي، هي الدفاع عن المشروع الصهيوني؛ فقد قال في فترة الانتداب البريطاني: «في هذه الساعة نحن بحاجة إلى رقابة حرة ومخلصة؛ ولكن علينا الحذر؛ يجب علينا أن نزن أقوالنا وعدم إعطاء العدو معلومات أو زرع الفتنة والفوضى في شعبنا، وعدم الاستسلام»؛ من ثم أسس، عند إعلان تأسيس إسرائيل، ما يسمى «هيئة رؤساء تحرير الصحف» التي ضمت كافة رؤساء الصحف المستقلة والحزبية، آنذاك، وقد اعتبرت من إحدى أذرع الموساد الإسرائيلي، حيث قامت بمهام الرقابة المحكمة على الإعلام الإسرائيلي؛ فقد كانت تتلقى المعلومات من كبار المسؤولين، كرئيس الحكومة والأجهزة الأمنية، حول ما يجب نشره في الإعلام. ويرى اليوم بعض الإعلاميين والساسة أن دور «هيئة رؤساء تحرير الصحف» قد انتهى؛

لأن دورها كان تثبيت المشروع الصهيوني، وإخفاء أسرار ومعلومات عن العدو؛ واليوم إسرائيل قوية؛ ما يسمح لها بالتحرر من تلك القيود بشكل أكبر؛ ولكن حتى اليوم؛ بقي الإعلام الإسرائيلي مقيداً بالسياسة الإسرائيلية الموحدة، وخصوصًا في حالات الحرب وشن عدوان على العرب.

تلازم الأمن مع الميديا

يمكن أن نستند إلى أقوال الساسة الإسرائيليين فيما يتعلق بدور الإعلام الإسرائيلي، إضافة إلى البند الثالث من قانون الإذاعة والتلفزيون الإسرائيلي المصادق عليه من الكنيست الإسرائيلي والتي تتلخص بـ:"أن الهدف من الإعلام الإسرائيلي في كافة المجالات، (سياسة، اقتصاد، علوم، اجتماعيات...الخ) هو أولاً إظهار الطابع الصهيوني لإسرائيل وكفاح اليهود وإبداعاتهم وأهم إنجازاتهم على كافة المستويات، مع تعميق الانتماء اليهودي والصهيوني معاً، والتعبير والدعاية للحياة الثقافية اليهودية في العالم أجمع، وبث برامج بالعربية لترويض الجمهور العربي في أراضي عام 1948، وترويج دعاية للفلسطينيين والعرب عموماً وفق أهداف السياسة الصهيونية، إضافة إلى بث برامج خارج حدود إسرائيل لتحقيق أهداف الصهيونية، والدفاع عن السياسة الإسرائيلية، وخاصة العدوانية والمتعلقة بالاستيطان والتهويد وأعمال العنف الحربية التي تشنها إسرائيل».

وقد أشرفت الأجهزة الأمنية الإسرائيلية على السياسة الإعلامية؛ لأن إسرائيل بكافة مكوناتها كانت ومازالت تنظر إلى العلاقة مع الفلسطينيين والعرب عموماً من منظار أمني بحت؛ فقد غطى الإعلام الإسرائيلي وما زال يغطي أحداث الصراع العربي الإسرائيلي وفق الأسس الآتية:

أ- بث الاختلاف الثقافي بين الإسرائيليين العرب، وأنهم (اليهود) يتجانسون ثقافياً مع الغرب؛ كي يتقرب الغرب منهم.

ب- إن الاختلافات الفكرية للمراسلين، يجب ألا تقف عائقاً أمام الدفاع عن المشروع الصهيوني وتجسيد الدولة الصهيونية، وهو ما كان لافتًا للنظر؛ حيث أإه لم يلحظ اختلافاً جوهرياً بالمواقف بين المراسلين ذوي المشارب الفكرية المختلفة، في ما يتعلق بالصراع مع الفلسطينيين.

ج- الإذاعة والتلفزيون باللغة العربية والعبرية: وهما إطار سلطة البث الرسمي الإسرائيلي؛ فتدير الإعلام الإسرائيلي هيئة من رؤساء تحرير الصحف، مكونة من31 عضوًا يمثلون الأحزاب السياسية كلها؛ وتقوم هذه الهيئة باختيار لجنة تنفيذية مكونة من سبعة أشخاص، يراعى أن يمثلوا مختلف التيارات السياسية؛ وتعمل هذه اللجنة لمدة ثلاث سنوات؛.وتقوم برسم المسار العام لبرامج سلطة البث الرسمي باللغتين العربية والعبرية.

د- تعدّ الحرب النفسية هجوماً عدائياً مبرمجاً يستهدف التأثير في عقول الأفراد ونفسياتهم ومعتقداتهم، عبر إثارة الشائعات والبلاغات الكاذبة والدعايات والفتن؛ بهدف غرس الخوف والتمزق في نفوسهم، وزعزعة ثقتهم بقياداتهم. وقد أصبح بمقدور الحرب النفسية عبر التكنولوجيا المتطورة، أن تسلك أساليب علمية وذكية للتأثير على نفسيات الأفراد والتشكيك بأفكارهم وقدراتهم.

هـ- خاضت إسرائيل عبر التلفزيون الإسرائيلي والإذاعة الإسرائيلية حربها الإعلامية، عبر حملات دعائية نفسية للتأثير في الروح المعنوية والسياسية لأبناء الشعب الفلسطيني خصوصاً والشعوب العربية عموماً، واستخدمت في سبيل ذلك أرقى أنواع التكنولوجيا، وأساليب التمويه البالغ الدقة؛ فقد روجت لأسطورة «الجيش الذي لا يقهر»، وبث الشائعات حول طريقة اغتيال القيادات لفلسطينية، واصفة قواتها المنفذة بـ (السوبر).

مع تقدم المستوى التقني والأداء الإعلامي العربي والفلسطيني في نقل الأحداث بالصوت والصورة، لاسيما بعد بدء انتفاضة الأقصى؛ تأسست الفضائية الإسرائيلية؛ للدفاع عن سياسة إسرائيل العدوانية تحت مبرر «ضرورة تحتمها مصلحة إسرائيل العليا». وقد أنشئت بقرار من سلطة البث الرسمي في بداية عام 2001، وكانت تبث برامجها من خلال على القمر الأوروبي. بدأت بثها في 18\ 6\ 2002، بتكلفة 25 مليون شيقل، على نفقة الحكومة الإسرائيلية. وهدفت إلى توجيه رسائل يومية للعرب، وإخفاء السياسة الإسرائيلية العدوانية بالتمويه والخداع، ورسم رسالة إعلامية مخالفة لحقيقة الأوضاع، ووصل بثها كافة بلدان الشرق الأوسط وشمال إفريقيا والخليج العربي، على مدى 12 ساعة يوميًا.

ومن أهم البرامج التي تبث باللغة العربية والتي تستهدف تحقيق أهداف الاحتلال: برنامج «حصاد الأسبوع» على القناة الثانية، وبرنامج «لتقريب البعيد» الذي تبثه إذاعة المستوطنين على القناة السابعة؛ بزعم تحقيق التعاون بين اليهود والعرب، وخاصة المتدينين؛ وكذلك برنامج «يا هلا» الذي تقدمه القناة العاشرة.

أما الإعلام التلفزيوني والإذاعي فهو عبارة عن عدد من المحطات التي تبث برامج إذاعية وتلفزيونية لتعبئة الإسرائيليين والتحريض ضد الفلسطينيين؛ كما تبث نشرات إخبارية وتعليقات سياسية واقتصادية، وبرامج تعليمية وترفيهية ومعلومات، فضلاً عن أفلام ومسلسلات ومسرحيات؛ وتتدخل في الإشراف عليها جهات عدة منها: الداخلية، والخارجية، والدفاع، والإعلام.

ولنا أن نشير في هذا الصدد إلى أن أبرز وسائل الإعلام اليهودية في فلسطين المحتلة، منذ نشأتها حتى اليوم هي على النحو الآتي:

- إذاعة الجيش الإسرائيلي (جالية تساهل): أنشئت عام 1950، وهي خاضعة مباشرة لوزير الجيش ورئيس الأركان، وهي إذاعة عسكرية قائمة لخدمة الجيش فقط.

- التلفزيون التربوي الإسرائيلي: وقد أنشئ عام 1968، وحتى خريف 1970. وأصبح يبث عدة برامج متنوعة مثل: برنامج «مساء الخير» السياسي، وبرنامج «نظرة» الإخباري. إضافة إلى برامج الأطفال، والبرامج التعليمية.

- القناة الثانية: تحولت إلى قناة تجارية منذ عام 1993، يشارك فيها أبرز أهم شركات الصحافة في إسرائيل، مثل: كيشت، وتلعاد، ريشت؛ وتراقب برامجها هيئة شعبية غير رسمية؛ وتبث عدة برامج إخبارية يومية: عند الساعة الخامسة مساء، والساعة السادسة، وفي الثامنة مساء النشرة الرئيسة المطولة 45 دقيقة.

- القناة العاشرة: تبث برامجها عبر شركة «أخبار إسرائيل»، وتقدم برنامجاً إخبارياً محلياً عند الساعة السابعة صباحاً والرابعة مساء ونشرة تفصيلية عند الساعة الثامنة. وتضم نخبة من محرري الإعلام الإسرائيلي ومراسليه.

- قناة إسرائيل 33 وتبث باللغة العربية

- تلفزيون الكوابل : يبث أخباراً وأفلاماً وبرامج موسيقية ورياضية متنوعة؛ وهو غير متخصص في الشؤون الإخبارية والسياسية اليومية.

- قناة الكنيست (البرلمان الإسرائيلي) 99.

ويشار إلى أنه تم تقسيم إسرائيل جغرافياً إلى 31 منطقة؛ من أجل تنظيم عملية توزيع البث.

حرب الميديا على الفلسطينيين

صاغ الإعلام الإسرائيلي مصطلحات كثيرة، حتى لا يتساءل أحد من المسؤول عن العنف والاعتداءات في الشرق الأوسط. وقد تسرب بعضها إلى الإعلاميين العرب والغربيين، من دون التدقيق في ماهيتها، ومن دون أن تتفحص الأهداف التي تتخفى خلف هذه المسميات.

وقد ظهرت في وسائل الإعلام الإسرائيلية بين الحين والآخر مصطلحات وتعبيرات تشير إلى خوف اليهود على مستقبلهم من خلال تشبيه عمليات المقاومة عليهم بما حصل لهم في الماضي في ألمانيا ؛ وذلك لربط صورة المقاومة الفلسطينية المشروعة، بالإرهاب النازي المجرم المنبوذ؛ وإيهام العالم بأن ما يتعرض له اليهود الإسرائيليون من عمليات إنما هو امتداد لحملة التحريض

ضدهم؛ فغالباً ما تقتصر صور الفلسطينيين التي تبث في وسائل الإعلام الإسرائيلية المرئية على أولئك الشبان الذين يعدون الزجاجات الحارقة، وآخرين يرشقون الجنود الإسرائيليين بالحجارة، وآخرين يحملون الأعلام العراقية ورايات حزب الله، ويحرقون العلمين الإسرائيلي والأميركي.

في الستينيات قالت رئيسة الوزراء الإسرائيلية غولدا مائير ذات مرة: «لن أسامح الفلسطينيين لأنهم يجبرون جنودنا على قتلهم». هذه صورة لتشويه الحقيقة وصناعة أخبار من وحي الأهداف العدوانية لتصبح كما الأحداث الحقيقة، حين تتناقلها وسائل الإعلام من دون تعليق أو نقد، فقد اعتمدت وسائل الإعلام منهجية لصناعة الأكاذيب والشائعات وترويجها بِحرفية عالية، ولعل أهمها:

استخدام صيغة المبني للمجهول مثل: «أُطلِقَت النار على، او «قُتِلَ»؛ لتخفيف أثر الحدث والتمويه على مسؤولية الجيش الإحتلالي. كما تعمد وسائل الإعلام إلى اعتماد عدد من الروايات المختلفة، وربما المتناقضة لحادث واحد، وذلك لإرباك المستمع أو القارئ في أي من الروايات هو الصواب؛ ففي حادثة استشهاد محمد الدرة بتاريخ 30\9\2000، وبالرغم أن الحادث موثق بالتصوير، إلا أن إسرائيل حاولت تبرير الحادث الإجرامي بأكثر من رواية مثل؛ إن الطفل قتل برصاص الفلسطينيين؛ ثم قيل: إنه سقط في تقاطع نيران بين مسلحين فلسطينيين وإسرائيليين؛ ثم قيل: إن الطفل كان مشاغباً مؤذياً جلب لنفسه الموت؛ كما تساءل الإعلام الإسرائيلي عن سبب وجود الطفل في مكان الحادث.

وتم التسويق لعمليات الاغتيال على الصعيد الداخلي الإسرائيلي، بتصويرها وكأنها عمليات بطولية يخاطر فيها جنود الاحتلال بحياتهم؛ من أجل منع الإرهاب وعمليات قتل أطفال الإسرائيليين.

على الرغم من أن فلسطينيي الداخل (عام 1948) يلتزمون بدفع التزاماتهم الضريبية لإسرائيل، ومنها «ضريبة التلفزيون»؛ إلا أن التمييز الصارخ يظهر من خلال مقارنة بين ساعات البث بالعربية وبالعبرية؛ مع العلم أن نسبة العرب حالياً هي 20 % من سكان إسرائيل.

ويظهر التمييز في العديد من وسائل الإعلام كالآتي:

- القناة الأولى: من بين 139 ساعة بث أسبوعيًا هناك 13 ساعة باللغة العربية فقط؛ أي بنسبة 9.4%.
- القناة الثانية: من بين 149 ساعة بث أسبوعيًا؛ هناك 3 ساعات فقط باللغة العربية؛ أي بنسبة 2%.
- التلفزيون التعليمي: من بين 54 ساعة؛ هناك ساعة واحدة فقط؛ أي بنسبة 1.8% من مجموع ساعات البث الأسبوعية.

ووقفت آلة الإعلام الإسرائيلي في صف واحد مع الحكومات المتعاقبة، وروجت لسياساتها

التي تميزت بتشويه الحقائق والعنصرية تجاه فلسطينيي 1948 في كافة المجالات؛ سواء في مصادرة الأراضي أو القضاء أو الاقتصاد وتطوير الأحياء العربية أو المشاركة السياسية.

وكانت تغطية الإعلام الإسرائيلي لأحداث عام 2000 التي وقعت في أراضي عام 1948، أكبر شاهد على هذه العنصرية؛ حيث أجرت وسائل الإعلام لقاءات مع شخصيات إسرائيلية فقط للحديث عن هذه الأحداث، وهمشت مشاركة سياسيين ومحللين من عرب48؛ كما نعتت المتظاهرين العرب بالمشاغبين؛ واليهود، المعتدين في مدينة الناصرة، بالمتظاهرين الذين ردوا على اعتداءات العرب؛ وفي الوقت الذي كان فيه الشهداء يرتقون والجرحى يقعون فريسة لعنف الاحتلال؛ كانت الاحتجاجات تعم الضفة وغزة، وقام الإعلام الإسرائيلي بالتعتيم على الاحتجاجات والتظاهرات المنددة بالاعتداء على الفلسطينيين من عرب 1948؛ ولم تنشر وسائله صور المواطنين الضحايا الثلاثة عشر الذين قتلوا على أيدي الشرطة وحرس الحدود الإسرائيلي، كما كانت تنشر في حال مقتل إسرائيليين؛ واكتفت بنقل ادعاءات الشرطة نفسها، التي وصفت الضحايا بأنهم كانوا يمثلون خطرًا على حياة أفراد الشرطة وحرس الحدود؛ وذلك لتسويغ قتلهم! على الرغم من أنه كان من بين الضحايا شبان قتلوا برصاص قناصة صوبوا عليهم فوهات بنادقهم من مكان بعيد. ولم تكتف حكومة الاحتلال بذلك؛ بل أجبرت الإذاعات العربية في 48 على ترجمة نشرة الأخبار العبرية إلى العربية، كما فرضت عليها تقديم تقرير عن البرامج المقدمة، ووضعت مراقبًا يهوديًا على هذه البرامج؛ لتحديد المسموح وغير المسموح نشره؛ حتى إن الأمر وصل إلى إغلاق صحيفة «صوت الحق والحرية» الإسلامية، و «راديو 2000»؛ بناء على توصيات من "الشاباك" (جهاز الأمن الإسرائيلي)؛ في أعقاب التغطية الإعلامية التي قام بها؛ مع أنه الإذاعة الوحيدة الخاصة بعرب 48.

مزايا الإعلام الإسرائيلي (ديني- أمني وسياسي)

من الواضح أن التوظيف الأيديولوجي للإعلام الإسرائيلي يبقى مجرد رؤى مفاهيمية غير قادرة على الفعل والتأثير، ما لم تخرج إلى التطبيق بأداء إعلامي له شروطه وضوابطه... وهذا ما عملت عليه الوسائل الإعلامية في إسرائيل، حيث استطاعت أن تحقق النجاح في إيصال رسالتها، بفضل تحصيلها لجملة من المميزات الفنية والمهنية والتقنية التي حرصت على المحافظة عليها والاهتمام بتطويرها، وتحسين أدائها، سعياً وراء الإبقاء على جاذبيتها نحو الجمهور الإسرائيلي، خصوصاً مع وجود حالة من المنافسة الحادة بين مختلف الوسائل الإعلامية الإسرائيلية... أما أهم تلك المميزات فهي:

التخصص العلمي والتدريب

وهي من السمات البارزة والمميزة للإعلام الاسرائيلي والتي يمكن لحظها بسرعة من قبل أي متابع، خاصة إذا كانت المتابعة متركزة على الإعلام الناطق باللغة العبرية. حيث تعمد تلك الوسائل على جذب أفضل الطاقات الإعلامية إليها خاصة تلك التي استطاعت أن تستفيد من التجارب الإعلامية العالمية، سواء عبر العمل في مؤسسات إعلامية كبرى، أو عبر الدراسة الأكاديمية المتخصصة في جامعات أوروبا وأميركا، وهو ما يمنح المستوى الإعلامي قدرة على التطوير، والمواكبة السريعة للمتغيرات المهنية والتقنية الحاصلة في العالم.

ب ـ السعي إلى الإقناع بكل الوسائل

الأساس في هذه السمة هي في كونها عنواناً أصيلاً لأي عمل إعلامي، ولأي جهة تنتمي، ولكن ما يميزها في دولة كـ «إسرائيل» هو وجود العديد من الكوابح الثقافية والسياسية والقانونية، التي تحد من مستوى تدخل القيادات السياسية والعسكرية الحاكمة للبلاد، والتي بدورها أيضاً – أي تلك القيادات ـ تجد المصلحة المنعكسة ـ بالفائدة عليها، في اصطباغ الإعلام العامل تحت سلطة قوانينها من دون المصداقية، والتي من الممكن أن تستخدمها كرافعة للعديد من المفاهيم والآراء المراد تمريرها من جهة السلطات الحاكمة إلى وسط الجمهور التأثر والمنفعل مع الوسائل الإعلامية التي يتابعها، والمؤمن بصدقها ومصداقيتها.

ج ـ الحث على الإجماع القومي:

على الرغم من أن نسبة غير اليهود ـ من القوميات الأخرى ـ والحائزين المواطنية الإسرائيلية الكاملة، تبلغ أكثر من 20% من تعداد سكان إسرائيل، إلا أن هذه النسبة لا تعكس نفسها في عديد العاملين ضمن المؤسسات الإعلامية سواء منها العامة أم الخاصة... وبالتتبع الاستقرائي لأهم الأسماء البارزة العاملة في المؤسسات الإعلامية بأنواعها الثلاثة (المقروءة والمرئية والمسموعة)، يمكن استنتاج وجود ما يشبه الاصطفاف القومي اليهودي، المُمسك بكل المقدرات الإعلامية، وعلى اختلاف أنواعها، ويظهر أن هناك تقصداً في إقفال باب الترقي وتسنّم المسؤوليات أمام المنتمين إلى القوميات الأخرى غير اليهودية، خاصة العرب، وهذه ظاهرة، وإن كانت موجودة، وبشكل فاضح، في بقية المؤسسات العامة في الدولة، لأسباب غير خافية، إلا أن الموضوعية الإعلامية تفترض في ذاتها الموضوعية في التعاطي مع الفرد من ناحية مهنية، بغض النظر عن انتمائي القومي أو الديني.

د ـ المأسسة الذاتية:

والمقصود بذلك هو محاولة الوسائل الإعلامية الإسرائيلية بناء إطارها المؤسّساتي بشكل ذاتي خاص، من دون الارتباط بالمؤسسات الحكومية، منعاً من حصول التدخّلات السياسية من قبل طبقة السلطة، في السياسات العامة الحاكمة على عمل المؤسسة الإعلامية، ولذا، لا يوجد في إسرائيل وزارة خاصة للإعلام، ولا حتى مكتب إعلامي - مثلاً - يكون بيد السلطة السياسية وله الحاكمية على الوسائل الإعلامية.

هذه الميزة تجعل الهوامش المتاحة للحركة الإعلامية أكثر اتساعاً، ولكن ليس بالمستوى الذي يُخرج الأمور من تحت سيطرة الفئة الحاكمة، إذ يوجد في إسرائيل جهتين أساسيتين تمثلان الإعلام الإسرائيلي وعلى عاتقهما تقع مسؤولية متابعة ومراقبة أداء تلك الوسائل في مدى تقيدها بالضوابط القانونية، ومراعاتها للمصلحة العليا للدولة، وخدمتها للأهداف التي تصب في خانة المصلحة العامة... الجهتان المسؤولتان عن كل ذلك هما:

ز ـ العصبية الإعلامية بأبعاد تلمودية

إلى العناصر المميزة للإعلام الإسرائيلي، من المهم الإشارة إلى أنه على الرغم مما يترتب على التعددية الإعلامية من إيجابيات لجهة كشف المستور في المجتمع الإسرائيلي، فإن ثمة نقطة ثابتة لا يستطيع أي جهاز إعلامي ولا سيما الفضائيات تجاوزها، ونعني بذلك البعد التلمودي للميديا اليهودية.

وإذا كان لنا أن نضيء على الوجه التلمودي للإعلام الإسرائيلي ينبغي أن نشير إلى الدور الذي يلعبه رجال الدين اليهود في هذا المجال.

يفسر مختصون في الشأن الإسرائيلي المشاهد المروعة الناتجة من القصف الإسرائيلي لقطاع غزة.. العدد الكبير للشهداء والجرحى بسيطرة خريجي المدارس اليهودية على القرار في الجيش الإسرائيلي، والتي لديها مخزون من الفتاوى التي تشرع في قتل الأغيار» وتدمير حياتهم لتحقيق الأمن لإسرائيل. ويجمع محللون وأكاديميون تابعوا الحرب على غزة أن الحد الأقصى من العنف الذي اتبع ضد منازل المدنيين وسقوط أكثر من اثني عشر ألف فلسطيني بين شهيد وجريح يعود إلى دوافع عنصرية ودينية غالباً ما عبرت عنها نشرات الأخبار وتعليقات المسؤولين على القنوات الفضائية الإسرائيلية. وفي عدد من التحقيقات أجرتها فضائيات عربية خلال الحرب. أكدت أن العامل الديني في تشجيع الجيش الإسرائيلي على تدمير كل شيء تصل إليه أيديهم وآلتهم العسكرية هو نتاج تغلغل أتباع الصهيونية الدينية واحتلالهم المناصب الرفيعة في الجيش.

وأوضح خبراء في المجتمع الإسرائيلي أنه لا يمكن النظر إلى حجم الفتك والتدمير والتخريب لكل مرافق الحياة في غزة من دون الالتفات إلى الأثر العميق الذي تتركه الخلفيات الدينية والميول اليمينية المتطرفة التي تصطبغ بها الحكومة الإسرائيلية المنبعثة من مجتمع إسرائيلي معبّأ أيديولوجياً ودينياً على كراهية الفلسطينيين والعرب. وفي هذا الصدد يُرجع الكاتب المتخصص في الشأن الإسرائيلي صلاح النعامي تعمد جيش الاحتلال ارتكاب المزيد من الجرائم في قطاع غزة بشكل لم يسبق له مثيل منذ احتلال فلسطين عام 1948 إلى صعود ضباط المدارس العسكرية الدينية إلى مصاف القيادة الأولى في الجيش الإسرائيلي، وتولي معظمهم مسؤولية إعطاء تعليمات إطلاق النار بشكل مفرط للنيل من الفلسطينيين وممتلكاتهم.

تهويد الإنترنت وتراجيديا الهولوكوست

ثمة تلازم وثيق في استراتيجية الإعلام اليهودي بين التلفزة الفضائية وميديا الإنترنت. وهو ما يظهر بوضوح من خلال سعي الشركات الكبرى إلى الاستحواذ على المواقع التي تتحكم بالمعلومات والأخبار والتحقيقات على نطاق عالمي.

لقد عرفت الصهيونية كيف تصنع الخبر وكان لها في الإنترنت الوسيلة الأكثر مرونة لنشر الخبر... زيادة على الأمر ـ تسهم التكنولوجيا الحديثة للمعلومات في نشر صور وشهادات عن المحرقة (الهولوكوست)، وتبادل المعلومات والأسماء والتفتيش عن الأقرباء وتوثيق التعاون وبنوك المعلومات للذين أحرقوا. ولقد بدا بوضوح قدرة مؤسسات الإعلام اليهودية على توظيف كل خبر ومعلومة متصلة بالهولوكوست وتحويلها إلى مصادر موثوقة...

والمعلوم أنه في التكنولوجيا الحديثة لم يعد إيصال الخبر حكراً على أحد، والرقابة لم تعد فاعلة، فمن أي مكان بات باستطاعة الغربيين أن يشاهدوا صور المجازر، صور القتلى، صور الأطفال، إلخ... مما دفعهم إلى الاحساس بمصائب أخرى لم يسهموا فيها مباشرة (على غرار المحرقة) إلا أنهم سعوا بشكل غير مباشر لعدم إظهار وسائل الإعلام لقضايا الغير... وإذا نظرنا إلى المساحة المتعاظمة التي يستحوذ عليها يهود الإنترنت رأينا أن عدد المواقع التي تعالج وتظهر مشكلات الشعب العربي الفلسطيني، يضاهي نسبياً عدد المواقع التي تتكلم عن اليهود، ودولة إسرائيل، في حين أن ما يرتكب من مجازر بحق الشعب الفلسطيني يعمل الإعلام اليهودي على إدراجه بصورة متوازية مع مجازر هتلر ضد اليهود.

في السياق إياه، يلاحظ خبراء غربيون لدى متابعاتهم الميدانية الحرب الإعلامية التي تشنها إسرائيل على الشعب الفلسطيني، أن وزارة الحرب الإسرائيلية تختصر عملياتها العسكرية بـ 140

إشارة على تويتر، وتبث على يوتيوب فيديوهات عن ضرباتها الجوية والبحرية والبرية على غزة.

الهدف ـ كما يقول الباحث الفرنسي لوران سوبلي ـ هو التحكم بصورتها وكسب حرب «البروباغندا» على «النت»، لكن اختصار الحرب بـ 140 إشارة يعدّ التمرين الأول من نوعه الذي استرسلت فيه إسرائيل على «تويتر» في»أول ندوة صحافية من المواطنين»:

أجاب دافيد سارنغا، وهو دبلوماسي في القنصلية الإسرائيلية في نيويورك، عن وابل من أسئلة رواد الإنترنت على هذا الموقع من المدونات المصغرة الذي كان إبان الحرب في أوج انطلاقته.

وهذه نماذج من أجوبة القنصل على هذا الموقع حيث مضى كل واحد إلى جوهر الموضوع وراح يكثف رسالته إلى أقصى حد: «لقد أعلنت حماس الجهاد ضد إسرائيل. وهذا يعني أنها ستستخدم كل وسيلة لإيذاء مواطنين إسرائيليين، وانتحاريوها تلقوا الأمر بالتنفيذ».. وأيضاً: (لن نؤيد المفاوضات. وحالياً المحادثات جارية مع السلطة الفلسطينية زائد ثمة محادثات حول حل الدولتين: نحن لا نتلكم إلا مع أناس يقبلون بحقنا بالوجود).

وفي رده على السؤال: لماذا هذا التغلغل إلى أرضية تواصلية جديدة تظل سرية إلى حد كبير؟ أجاب سارنغا، بلغة تويتر المتداولة والتي يُفهم منها ما يلي:.

«نظراً للجدال على «تويتر» ونظراً لتعدد الأشخاص ذوي الأخبار غير الموثوق بها، يبدو أنها طريقة جدية لتحرير الرسالة الرسمية من هنا».

إجابة أخرى، أكثر صراحة، ومن المفترض أن تكون على الشكل الآتي: «لتؤمن انتصار وجهة نظرها على الويب، فإن إسرائيل لا تهمل أي أرض افتراضية». وهذا ما أقرّ به الميجور أفيتال ليبوفيتش المسؤول عن الصحافة الأجنبية في الجيش الإسرائيلي، بهذه العبارات لصحيفة «جيروزالم بوست»: «إن دائرة المدونات والميديا الجديدة هي ساحة أخرى للحرب». وفي المجال العسكري، فإن الدولة العبرية هي في أعلى مستوى من حيث استخدام التكنولوجيات الجديدة. لقد فتح الجيش الإسرائيلي حسابا له على «يوتيوب» حيث نشر فيديوهات عن ضربته ضد حماس. والنتيجة إحصاء 162015 مشاهدة (بفتح الهاء) ومئات التعليقات التي صدرت في أقل من يومين. بالإضافة إلى استساغة خفيفة لتكرار تجربة الصواريخ الخضراء الشهيرة في حرب الخليج.

إنها استراتيجية الحضور على الشبكة التي ازدادت أهميتها لكون الأعداء الذين تحاربهم إسرائيل على الأرض هم أيضاً حاضرون بقوة على الويب. وفي هذا المجال يستخدم المناضلون الإسلاميون الفلسطينيون بشكل مكثف الفوروم (حلقات النقاش) والفيديو. حتى إنه في تشرين

الأول (أكتوبر) 2008 اتهمت وسائل الإعلام ومراكز القرار الإسرائيلية "حماس" بأنها انشأت موقع «أقصى تيوب بوان كوم» وهو نسخة عن يوتيوب الذي بدأ في آب (أغسطس) وحيث تعايشت فيديوهات بروباغندا حماس مع «المسلسلات العربية» المتواصلة.

لم تعد إسرائيل في مرحلتها التجريبية في استخدام حرب الإنترنت ضد أعدائها. فقد أنجزت نشر قواتها على «فايس بوك» أو «مايسبيس» بل أن جهاز مكافة التجسس (شين بيت) قد فتح مدونات لأربعة من جواسيسه، والجيش أعلن استعداده قريباً لفتح «فلوغ». أي مدونات فيديوهات، يتحدث فيها العسكريون «أمام الكاميرا» عن مواضيع ساخنة. ومن المبادرات الأخرى: ودائماً بحسب "جيروزاليم بوست"، أن الناطقين باسم الجيش يبقون عيناً ساهرة على آلاف المدونات التي تشير إلى المواجهات ولا يترددون في «تزويد» مستخدمي المدونات بالمعلومات الإضافية بشكل شخصي من أجل تمرير رسالتهم.

لعل الاستنتاج الإجمالي الذي يمكن أن نصل إليه من خلال البحث يتساوق مع ما ذهب إليه كثيرون ممن درسوا التاريخ اليهودي بأزمنته المتعاقبة، وهو أن اليهودية ديانة إعلامية على الرغم من تقوقعها على نفسها وعدم السماح لغير اليهود بأن يصبحوا يهوداً. وبهذا المعنى يمكن القول إن الإعلام اليهودي هو إعلام ديني وقومي بامتياز، ويبني مجمل استراتيجياته على الاستحواذ والهيمنة والسيطرة على الآخر انطلاقاً من أفضلية اليهود على سواهم وفاقاً لعقيدة الاصطفاء الإلهي للشعب المختار.

وسائل الإعلام والخبراء
بين علم التربية والتضليل الإعلامي

باسكال بونيفاس Pascal Boniface [*]

يواصل الباحث الفرنسي باسكال بونيفاس في هذه المقالة متابعة جملة من الإشكاليات التي أطلقتها ثورة الميديا في زمن العولمة وتحليلها. ولعل أبرز هذه الإشكاليات هي ما ذهب إليه في مقاربة موقع العملية الإعلامية في ميدان علم التربية هنا يتناول بونيفاس الآليات التي تجري من خلالها عمليات التضليل الإعلامي والآثار النفسية والاجتماعية التي تتركها في المشكلات الناشئة في العلاقات الدولية.

المحرر

إنّ اهتمام الجمهور بالمسائل الدولية والميل إلى أخذ الرأي بالحسبان في سلوكات العلاقات الخارجية عزّزَا المكانة المُعطاة للمشكلات الدولية في وسائل الإعلام، وأدَّيَا إلى الاستعانة بالخبراء لرفْع النقاب عن الأحداث. إنّ هذا التطوّر بنّاء. فإذا كانت الدقّة العلمية، بالنسبة لبعضهم، تمنع من تعميم معرفة مُعقّدة في زمان محدود، يمكن اعتبار أنّ علم التربية يمرّ أيضًا من خلال وسائل الإعلام. وعلى ذلك فإنّنا نُعاين نتائج سلبية: احتمال السقوط في تحليلات تبسيطية، الرغبة بتحفيز الخبير الحرّ بدلاً من الخبير الكُفء. لكن اللوم الأهمّ هو بسبب التضليل الإعلامي الذي يُمارسه بعضُ الخبراء. وعندئذ يكون واجبًا على وسائل الإعلام أن تتنبّه بهذا الخصوص.

---

*ـ مدير معهد العلاقات الدولية والاستراتيجية IRIS.

ـ العنوان الأصلي للمقال: **Médias et experts: entre pédagogie et désinformation**

ـ المصدر: **N° 68 4/Revue internationale et stratégique 2007.**

ـ ترجمة: عماد أيوب. مراجعة: جمال عمار.

يُظهر الجمهور الكبير اهتمامًا خاصًّا بالمسائل الدولية. تُخصّص معظم وسائل الإعلام لها مكانة كبيرة. إنّه لَمِن علامات الأدب، في بعض الأحيان، بالنسبة إلى بعض الخبراء أو المَسؤولين السياسيين أن يُوبّخوا مواطنيهم بسبب نقْص الاهتمام لديهم بالمسائل الدولية. هذا ليس صحيحًا. لا يمكن أن ننتظر من كل فرد أن يُخصّص بضع ساعات في اليوم للمسائل الاستراتيجية. لكنّ ذلك ينطبق على مشكلات هي على الدرجة ذاتها من الأهمية بالمقارنة بالتربية والصحة والزراعة واستغلال الأرض، والسياحة، والاقتصاد، والمسائل الاجتماعية، إلخ... إنّ القطاعات المعرفية مُتنوّعة ومُمتدّة إلى حدّ أنّ المرء لا يملك سوى معرفة مُجزّأة بهذه الظواهر. والخبير الأكاديمي المشتغل بالعلاقات الدولية الذي يظنّ أن لديه أسباباً وجيهة للتذمّر من نقص المعارف المعُمّقة عند جاره حول الأمر الذي يعمل عليه لعدّة ساعات باليوم سيُعاني في سبيل الحصول على معرفة مُمتدّة حول موضوعات أخرى غير مجاله تخصّصه.

إنّ الجمهور الكبير ليس شَموسًا تُجاه المسائل الدولية، بل بالعكس. هو يهتمّ بها أكثر عندما لا يُخفي المتُخصّصون رطانة، الهدفُ منها هو فقط إخفاء معرفة مُزيّفة، أو تطوير عبارة «فليكن ذلك بيني وبينك» اصطناعيًا.

بالتوازي، تقوم الآراء بدور مهم في تحديد السياسات الخارجية. إنّ الزمن الذي كان فيه ريشليو Richelieu يستطيع أن يُقرّر وحده، من دون أن يأخذ بالحسبان عناصر أخرى غير تقويمه المواقف والمصلحة الوطنية، تطوّر. منذ زمن طويل تأخذ الحكومات بالحسبان حالة الرأي في إدارة علاقاتها الخارجية. يزداد هذا الميل من خلال العولمة وتطوّر وسائل التواصل. هو لا يهمّ فقط الديمقراطيات بل أيضًا الدول الاستبدادية، هذا على أقلّ تقدير. ويجب على الدول الاستبدادية أن تدمج ردود الفعل الناتجة من آرائها فيما يتعلّق بتوجيه سياستها الخارجية. من الممكن دومًا إيفاء الدَّين، لكن الأمر يزداد صعوبة، والثمن الواجب دفعه يرتفع أكثر فأكثر. إنّ هذا الميل بنّاء. وهو يمُثّل امتدادًا في الحقل الديمقراطي برأي قطاعٍ كان فيما مضى مُخصّصًا للنخب.

لكنّ له نتائج ثانوية سلبية (1). إنّ نموّ المكانة الممنوحة للمشكلات الدولية في وسائل الإعلام أدّى إلى الاستعانة بالخبراء الذين جاؤوا لمساعدة الجمهور في تفكيك الأحداث.

إنّ الزوج صحافي-خبير يعمل عادةً في خدمة الجمهور، بهدف السماح بأفضل إعلام وفهْم. إنّ الصحافي، إذا كان مثلاً مُدير المناظرة، الذي ينتقل بين يوم وآخر من مسائل المجتمع إلى المسائل الثقافية، ومن السياسة الداخلية إلى المسائل الاستراتيجية، لا يمكنه امتلاك معرفة موسوعية حول هذه القضايا. بعضهم يمكنه أن يتخصّص في القضايا الدولية، لكن لا أحد بإمكانه اليوم أن

يدّعي أنه مُتخصّص في آسيا وأفريقيا وأميركا، وفي انتشار الأسلحة النووية، والإرهاب، وبريطانيا العظمى، والأمم المتحدة، إلخ...

بعض الجامعيين والخُبراء الأكاديميين يحكمون سلبًا على وِساطة médiation معرفتهم. يعتقد بعضهم أنّ الظهور على شاشة التلفاز أو التحدّث عبر الإذاعة هو انحطاط. إنّ الدقّة العلمية تمنع تعميم معرفة مُعقّدة بالضرورة في زمان محدود بالضرورة. بعضهم الآخر يمكن أن يكون خبيراً أكاديميًا فاضلاً في المكتوب لكنه يمتلك قدرات شفهية أقلّ، أو بكل بساطة لا يكون مرتاحًا أمام المجهار، أو يقاوم بصعوبة إرهاق المباشِر. بعضهم الآخر يُحوّل عجزه إلى قضيّة فضيلة. كم مرّة لم أَرى فيها جامعيين قُساة يشجبون بقوة زملاءهم بسبب عدم مُخالطتهم وسائل الإعلام، ويُعلّقون على باب مكتبهم -كي لا يتجاهل أحد وجودهم- نسخة عن إحدى رسائلهم التي نُشِرَت في بريد القرّاء لإحدى الصحف أو تُظهر بفخر الصورة التي نُشِرت في إحدى المجلاّت لزيارة وزارية حيث يقعون في الخلفية؟ يُقال في بعض الأحيان إن التلفاز أو وسائل الإعلام يجعلان المرء مجنونًا. إذا كان أكيدًا أنّ بعض الخبراء المُوسَّطين médiatisés يُقاوم بصعوبة تناذر syndrome «الأوتاد التي تُضخّم» وتُظهر التبجّح المُثير للسخرية والممجوج، فإنّ بعضهم الآخر، في المقابل، في غاية الغيرة من زملاء أكثر توسّطًا منهم.

يمكن للمرء، على العكس، لا سيما حين يكون معلّمًا وباحثًا، أن يجدَ أنّ بإمكان علم التربية أيضًا أن يمرّ عبر وسائل الإعلام، وأنّ المُساعدة التي يُقدّمها للعامّة في حلّ الظواهر المُعقّدة تَعني أنّه يضع نفسَه في خدمة العامّة. ثمة شكل من الاحتقار الاجتماعي في الامتناع عن الظهور في وسائل الإعلام الجماهيرية.

صحيح أنّ الزمان الإعلامي يمكن أن يثير مشكلات وهذا بصور عديدة.

يجب الإيجاز، وهذا الأمر مشروع. يتمثّل الخطر لا في الاختصار، بل في التبسيط، التوجّه إلى الأهمّ مع المخاطرة بإخفاء التعقيد لِصالح التخطيطي.

إنّ وسائل الإعلام هي مستهلكون مُستعجِلون. يجب إعداد الهوائي واختباره مباشرةً. في بعض الأحيان قد تكون الرغبةُ قويّة بإقناع الخبير الحُرّ في المرحلة أكثر من إقناع الخبير الكفء في الموضوع، لأنّه بكل بساطة يُحتاج إلى أحد ولأنّ «هذا سيمرّ مع ذلك». لا شكّ في أنّ الإغراء يَنحرف إلى الخبراء الذين يتمّ الاتّصال بهم، إذا كانوا لا يشعرون كفايةً أنهم أكفياء بالموضوع، أو إذا طُلِبَ منهم شرْح بعض الأحداث التي هم مُستعدّون للقيام بأي شيء لكنّهم لا يملكون معلومات دقيقة حولها. تتكرّر الحالة بعد مؤامرة تُريد وسائلُ الإعلام فورًا نسبتها إلى مُنظّمة ما

وإعطاء لوحة قراءة سياسية. وفي بعض الأحيان كانت المؤامرة المفُترَضة حادثًا.

ثمّة فخّ آخر هو فخّ تفضيل الموسيقى على الكلام. من المنطقي تمامًا الطلب إلى أحد ما يتكلّم أمام وسائل الإعلام أن يُعبرّ عن نفسه بوضوح، وأن يتحاشى الرطانة. إنّ خبيراً جيّدًا ليس بالضرورة عالِم تربية جيّداً. حيثما تجرح العصا الغليظة هو حين يلجأ هذا الاهتمام المشروع بالكلام الذي يمكن مُتابعته بسهولة وحتى بكلّ سرور، يلجأ إلى تفضيل نوع الراوي على عقلانية الخطاب. بذلك لدينا براهين لامعة، في بعض الأحيان غنيّة بتفاصيل لا يمكن التحقّق منها وغالبًا غير صحيحة أو مُزيّفة. للأسف الكلام يطير!

إنّ الطابع الواضح للخطاب يمكن أن يكون خدّاعًا وألا يكون سوى حيلة، حيث تسمح موهبة الخطيب بإخفاء الخلَل أو الطابع غير الصحيح أو الخادِع للبرهنة. والصحافي المقُابل لا يملك دومًا إمكانية أو إرادة دفْع مُحاوره بعنف. عمومًا، إنّ مثل هؤلاء «الاختصاصيين» يرفض المرُافعات الحضورية مع مُعارضين حقيقيين خاصّة وأنّ خِداعهم قد يُكشَف. طبعًا يمكن لِأي واحد أن ينخدع. بعضهم الآخر، بدوره، يفعل ذلك في أغلب الأمر، لكنه يعمل من أجل نسيان الأخطاء -المتُعمّدة وغير المتُعمّدة- التي وقعت بالأمس، من خلال براهين يمكن أن تظهر لامعة مباشرة (مع أنّ الحيلة تكون كبيرة في بعض الأحيان)، لكن تتّضح ضبابيتها أيضًا فيما بعد. إنّ الحاليّة تصطاد الحالية والحاجة إلى تهيئة تعليق يجعل في بعض الأحيان المرء مُتسامحًا بخصوص النوع التحليلي التافه أو التقديري للكلام.

للأسف لا تُلائم الملاحظة إلاّ الشفهي. في الختام تطير المؤلّفات أيضًا. قد يكون في منتهى القسوة إعادة قراءة بعض الكتب لبعض الخبراء المعروفين أو المعُيّنين ذاتيًا مع بعض التراجع. في الواقع لا أحد، لا من الصحافيين ولا من الخبراء، يأخذ وقته أو يرغب في القيام بذلك. ثمّة استثناء تَندر مُلاحظته. لدى دومينيك موييسي Dominique Moïsi اللباقة والشجاعة لِتَعترفَ بأنّها أخطأت بشأن الحرب على العراق. لكن كم عدد الخبراء الأساسيين أو لا مناص منهم، الذين يُدافعون عن مشاركة فرنسا في الحرب على العراق إلى جانب الولايات المتحدة، مُعلنين بصوت عالٍ أن العراق كان يفيض بأسلحة الدمار الشامل. يبدو أنهم أصبحوا فاقدي الذاكرة منذ أن قلّلوا من شأن أو حتى أنكروا أنهم كانوا مُدّعي دوام الاستعداد للقتال va-t-en-guerre في ذلك الوقت. غالبًا الخبراء أنفسهم يُنشِدون أناشيد حربية بخصوص إيران مع بعض الأدلّة (أسلحة الدمار الشامل، ديكتاتوريّات، حروب ذات آثار سلبية محدودة، نتائج إيجابية في نهاية نزاع حول الأمن العالمي) المشُابهة لِتلك التي بدَت كارثية بالنسبة للعراق.

اللوم الأهمّ الذي يمكن توجيهه إلى خبراء إعلاميين ليس اللوم -الخاطئ- بسبب السقوط العلمي. إنّه بسبب الخديعة، بل بسبب التلاعب بالجمهور أو بسبب التضليل الإعلامي. إنّ السقوط العلمي يمكن أن يحدث سهوًا، وأن يكون مُتعمّدًا.

إنّ الاستعانة بالخبراء ليس دومًا ضمانة مقبولة لإنارة الجمهور، ولا ضمانة لإرادة لامُبالية تجاه عملية الإعلام والإفهام. إنّ الخبير يمكن أن يَسْتهويه تغييرُ رأيه حتى لا تُهان قابليّات تأثّر يمكن أن تبدو مُضرّة للمستقبل. هناك غالبًا رغبة بعدم الاصطدام بالسلطة القائمة، الرعاة الحاليين، الزبائن المُحتملين أو الأصدقاء. إن الخيار، الذي عليه أن يفصل بين الاحترام الواجب للجمهور والحوافز الأخلاقية أو المادّية، هو برأي بعضهم يحدث بسرعة. انطلاقًا من اللحظة التي يكون فيها الرأي صائبًا بصورة أثبت، فإنّ ضرورة إقناعه ستصبح مهمة أكثر فأكثر. ومنذ ذلك الحين، يصبح التلاعبُ بالإعلام الوجهَ السيّئ لهذا التقدّم الديمقراطي. إنّ الخبير يمكن أن يستهويَه التعبير عن نفسه لا تبعًا لِما يعتقده صحيحًا، وإنما لِما يعتقده مُفيدًا له. هل يُمكن أن يتنازع المرءُ مع فاعلين مهمّين من خلال وضع تحليل نرتئي أنه دقيق، لكنه يُناقض اعتقاداتهم؟

هل الخبير هدف؟ يستحيل الإجابة بـ نعم. لِكل خبير ردّة فعل مشروطة بتجربته المُعاشة وشبكاته. الموضوعية مفهوم شديد الذاتية في حال أراد المرء أخذه بالحسبان. ثمّة معيار مُلائم أكثر هو الصدق. هل ما يقوله الخبيرُ لنا، إنما يقوله لأنه يفكّر به، أو لأنه يعتقد أن من مصلحته قول ذلك؟ هل بمقدوره أن يُعبرّ بصدق في وسائل الإعلام حول مواضيع إذا كان هو نفسه أو المؤسّسة التي ينتمي إليها يتلقّيان العديد من العقود من فاعل أساسي -سياسي أو صناعي- بخصوص الموضوع ذاته؟ في الواقع لا، ولكن الحالة مُتكرّرة. هناك حالات أعقد. هل سنُصادف، حتى لو فكّرنا بذلك، الفكرة المُسيطِرة للخوف من أن يجد المرء نفسَه مُنعزلًا؟ هل يمكن أن يسمح المرء لنفسه باتّخاذ موقف يُناقض مسؤولاً سياسيًا كهذا أو زميلاً آخر كهذا نخشى منه أن يُلحق الضرر. وبالعكس، هل نحن صادقون عندما نُقرّظ كتابَ أحدٍ ما مع أننا لا نراه في بعض الأحيان شيئًا يُذكر، لكننا ننتظر منه ردّ الجميل.

تُصادفنا الحالة شبه الهزليّة لِمجلّة فرنسية تُعنى بالعلاقات الدولية كَشَفَ موقعُها الإلكتروني rue89.com أنّها قامت بإطلاع الجمهور على مُقابلات عديدة مع الشخصيات الكبيرة في العالم التي كانت مُزيّفة تمامًا، الصحافي وضع أسئلة وأجوبة لمجلّة عنوانها الرئيس تلقّي تواقيع مهمة، وهذا الأمر يخلق قليلاً من الفوضى. إن قضايا الاستخبارات والإرهاب تتلاءم بسهولة مع الشعوذة. يمكن أن يتكلّف المرء ما فوق وسعه وأن يُعلنَ أنّ لديه سَبَقاً صحفياً يتعلّق بجهاز الشرطة في بلد مُعينّ، وأنّه جرى القضاء على خلية إرهابية، ولن يتأكّد أحد.

ثمّة مصدر آخر لِخديعة الجمهور يكمن في الرغبة بـ "تضخيم» سيرته الذاتية، واختراع بُنى «منزل بوتمكين» maison Potemkine أو بأن ينسب لنفسه ألقابًا غير موجودة. نرى ازدهار «المركز الأوروبي لـ»، و»المعهد الكليّ لـ «حيث المُدير يكون غالبًا العضو الوحيد أو شبه الوحيد. غالبًا ما لا يكون الصحافي مُغفّلاً، لكن عليه التصدّي لِواجب ملء طبقه وجعله الأكثر جاذبية قدر الإمكان. إنّ هذه الخطيئة الصغيرة عرضية ولا تُفسِح المجال للوصول إلى نتيجة، إذا لم يتعلّق الموضوع إلا بمدْح الأنا الخاصّة بِصاحب العلاقة. لا ينطبق الأمر حين لا تكون بنية الخديعة إلاّ للسماح بإعطاء هالة علمية أو موضوعية لِمعرفةٍ ما هي في الواقع ذات اتّجاه مُعيّن، وملتصقة تمامًا بالأطروحات الخاصّة بمجموعةٍ ما تمُارس الضغط أو لها مصلحة خاصّة، بل هي عامل مؤثّر في خدمة دولة أجنبية. ثمّة حالاتٍ حيث الخديعة بموضوع البضاعة لا تُعبرّ عن الميول بالنسبة إلى الشرف والألقاب الرنّانة، لكنها جزء من استراتيجية تلاعب وإعلام.

العنوان الذي سيرُكّز الجمهورُ عليه ليس إلا ساتِر العورة الذي وراءه يختبئ، بهذا القدر أو ذاك، الحافز الأصيل والأخطر منه المصدر الحقيقي لِمداخيل الخطيب. يتعلّق الأمر إذًا لا بالإعلام والإفهام، بل على العكس، بالتضليل الإعلامي وبعثرة الآثار، لصالح عامل اقتصادي أو دولة أجنبية. هنا أيضًا لِسوء الحظّ توجد الأمثلة. من واجب وسائل الإعلام أن تَتَنَبّه بهذا الخصوص. إنّ الجمهور غالبًا ليس مُغفّلاً وهو يشتمّ الحِيَل. يبقى الانترنت أداة ثمينة لاستعادة بعض الحقائق، هذا في أي حال الثمن الذي ينبغي دفعه مقابل صعود قوة الرأي العامّ في العلاقات الدولية. لا شكّ في أنّه من الصعب المُطالبة بشفافية تامّة حول تمويل المراكز الفكرية البحثية think tank بوصفها مؤسّسات وباحثين بصورة فردية. ولا يسمح الرأي العامّ بكشْف «الأغطية» التي تُساعد في تحرير منبر حرّ. هل ينبغي تقديم شرعة أخلاقية؟ مَن يكتبها وكيف السبيل إلى تطبيقها؟ متى استحقّت المسألة أن تُثار فلن يكون من السهل الإجابة عنها. وَجَبَ التنبّه في كل الأحوال.

حلقات الجدل

الميديا متلاعباً بالعقول

أحمد عبد الحليم عطية

الميديا تحت سطوة الإيديولوجيا

علي قصير

الميديا الجديدة وفراسة ابن خلدون

محمود بري

عصر ما بعد الصورة

حمادة أحمد علي

الميديا بين التصنيع والتصنيم

عامر عبد زيد الوائلي

آثار وسائل الإعلام في المجتمع من منظور اجتماعي

حكيم خالد مهراج، أختر نياز بات، حكيم رميز مهراج

نقد الوسائطية الميديائية

جميل قاسم

سطوة الميديا

صابرين زغلول السيد

الميديا متلاعباً بالعقول

بنية الهيمنة الإعلامية في أعمال بيار بورديو

أحمد عبد الحليم عطيّة[*]

يتناول هذا البحث للأكاديمي والمفكر المصري أحمد عبد الحليم عطية عالم الميديا من وجهة نظر التحليل السيولوجي. كما يرصد الأثر العميق الذي أطلقه العالم الافتراضي في حقل القيم الأخلاقية والأيديولوجية والاجتماعية والآثار السلبية التي نجمت عنه.

يقارب عطية موضوعه استناداً إلى مناقشة أفكار عالم الاجتماع الفرنسي بيار بورديو ورؤيته الانتقادية لأفعال الميديا في فرنسا والغرب فضلاً عن آثاراها على نطاق عالمي.

المحرر

في سياق نقده عوالمَ الميديا وإجراءاتها يركز عالم الاجتماع الفرنسي بورديو (Pierre Bourdieu) بشكل رئيس على نقد الليبرالية الجديدة ونتائجها الكارثية على الإنسانية. كان العمل الكبير الذي أشرف عليه وصدر تحت عنوان "بؤس العالم" تعبيراً عن هذا التحول الراديكالي[1]. وهو أحد آخر المفكرين الكبار الذين تركوا بصماتهم الفكرية في مجال نقد الكولونيالية وأثّروا بشكل

*ـ مفكر وأستاذ فلسفة في جامعة القاهرة - جمهورية مصر العربية.

[1]- ولد بورديو عام 1930 بمنطقة دانجان جنوب فرنسا، درس الفلسفة والآداب الأتنوجرافيا والأنتروبولوجيا.
وانتخب عضواً في الكوليج دي فرانس 1981. وكان لصدور العمل الذي أشرف عليه "بؤس العالم" (**Le misère du monde**) صدى هائل بين النقاد وفي مختلف وسائل الإعلام.
أعماله المترجمة إلى العربية، درس في الدرس (عبد السلام بنعبد العالي)،1986،حرفة عالم الاجتماع (نظير جاهل)، 1993.
العنف الرمزي. بحث في أصول علم الاجتماع التربوي (نظير جاهل)،1994. أسئلة علم الاجتماع (إبراهيم فتحي)، 1995. أسئلة علم الاجتماع. في علم الاجتماع الانعكاسي عبد الجليل الكور،1997. قواعد الفن (إبراهيم فتحي)، 1998. التلفزيون وآليات التلاعب بالعقول (درويش الحلوجي)، 1999. أسباب عملية، إعادة النظر بالفلسفة، (أنور مغيث)، 1998؛ ثم بعنوان: العقلانية العملية. حول الأسباب العملية ونظريتها (عادل العوا)، 2000. السيطرة الذكورية (أحمد حسان)،2001 ؛ ثم الهيمنة الذكورية (سلمان قعفراني)، 2009.
بؤس العالم (محمد صبح)، 2001. إعادة الإنتاج، (ماهر تريميش)، 2008. راجع دراسة «بؤس العالم» عن كاظم جهاد في موقع مجلة الكرمل .
www.alkarmel.org

عملي في المحركات الاجتماعية والسياسية التي شهدها النصف الثاني من القرن العشرين. كما يعتبر أحد أهم المنظرين الذين تُعد أعمالهم أدوات للنضال الفكري والنظري فيما يعرف بحركة العولمة البديلة. جسّد الأفكار والمبادئ التي روج لها في أعماله الفكرية إلى ممارسات عملية من خلال مشاركته في المظاهرات والحركات الاجتماعية والسياسية مباشرة. وقد أنشأ شبكة من الجمعيات والمنظمات الاجتماعية والثقافية التي احتلت مواقع قوية على خارطة العمل السياسي / الاجتماعي والفكري في المجتمع الفرنسي[1].

يرى بورديو أن العلاقات الاجتماعية في المجتمعات الحديثة، تنقسم إلى حقول؛ أي إلى فضاءات اجتماعية أساسها نشاط معيَّن (مثلا: الصحافة، الأدب، كرة القدم، إلخ.) يتنافس فيها الفاعلون لاحتلال مواقع السيطرة مثلاً، يريد الصحافي أن يشتغل في أوسع وأقوى جريدة وبعدها يحاول أن يحصل على أعلى منصب في تلك الجريدة، إلخ.. فعلى غرار التصور الماركسي، يبدو العالم الاجتماعي، عند بورديو، ذا طبيعة تنازُعيَّة، بيد أنه يؤكد أن التنازعات المكوِّنة للعالم الاجتماعي تخص مختلف الحقول وليست مجرد صراع بين طبقات معينة وثابتة.

وهكذا يتميز كل حقل فضائي باستقلالية نسبية عن المجتمع ككل. وتتميز هذه الفضاءات بالتراتبية الطبقية والاجتماعية، وباشتداد الصراع الدينامي والتنافس الشديد بين الأفراد حول الامتيازات المادية والمعنوية، والصراع حول مواقع السلطة والهيمنة، حسب طبيعة رأس المال الذي يملكه كل فرد داخل المجتمع. ويكون الصراع في كل حقل حول مصالح مشتركة أو مصالح خاصة بكل فرد على حدة. ويخضع الحقل لمجموعة من القواعد، مثل: الصراع المحتدم بين الجيل القديم والجيل الجديد. ومن ثم، يخضع الحقل لمنطق التنافس والصراع والهيمنة والعيش المشترك.[2]

المهم بالنسبة نقدية بورديو لإمبريالية الميديا لنا هو عمل بورديو الذي كرس له جهده في السنوات الأخيرة من التسعينيات، عنينا به الدور السالب الذي تلعبه وسائل الإعلام والميديا الجديدة. في هذا العمل قدم نقداً حاداً لفساد وسائل الإعلام الفرنسية وتبعية المثقفين الفرنسيين – أو كما يسميهم كلاب الحراسة الجدد- لوسائل الإعلام من صحافة وإذاعات وبشكل خاص الدور الخطير الذي يلعبه التلفاز في تكريس الأوضاع والمصالح السائدة، وفي التفريغ السياسي

[1]- درويش الحلوجي: مقدمة كتاب بيير بورديو التلفزيون وآليات التلاعب بالعقول، دار كنعان للدراسات والنشر، دمشق، 2004.
[2]- جمال حمداوي: المفاهيم السوسيولوجية عند بيير بورديو، موقع الألوكة http://www.alukah.net/

والتلاعب بعقول المستهلكين من المشاهدين والذي يقدم تحليلاً لبنيته وآلياته.

فلقد تنبَّه على ضرورة خلق أشكال جديدة للحركة، ونماذج فكرية، وتنظمية غير تقليدية حتى يمكن مواجهة المرحلة الجديدة التي وصلت إليها الرأسمالية العالمية في طبعتها النيوليبرالية، والتي عرفت باسم العولمة. لم تعد الأشكال القديمة للنضال الاجتماعي والسياسي قادرة وحدها على مواجهة التوحش الإعلامي والمالي الناتج من تزواج التكنولوجيا الجديدة وعالم المال.

{الموضع السابق ص12}. وبسبب النجاح الجماهيري الذي حققه كتابه التلفاز والتلاعب بالعقول الذي يحلل فيه حالة الميديا ويسعى إلى إظهار تأثيرات شاشة التلفزيون وما تنتجه من برامج وصور بعيدة عن أي موضوعية وتعكس رؤية للعالم غير محايدة سياسياً. تعرض بورديو لهجوم حاد من الحلقات الصغيرة لكهنة الميديا في الصحف وقنوات التلفزيون. ويشبّه بعضهم الدور الذي يمثله بورديو بالنسبة للحركات المناهضة للعولمة النيوليبرالية، أو حركات العولمة البديلة كما تُعرف حالياً بالدور الذي لعبه هربرت ماركوز، وشي جيفارا، بالنسبة لحركات الشباب التي هزت العالم عام 1968. {ص16}

أهمية أطروحات بورديو تكمن في عدم اكتفائها بنقد الفضاء الميديائي الغربي، وإنما شملت الميديا العربية والقنوات الفضائية في سمائنا الأمر الذي يفتح الطريق للتأمل والتفكير فيما هو أبعد من ذلك، وتحديداً في طبيعة المجتمع الذي نعيش فيه في الوقت الراهن. وكذلك الدور الذي تلعبه ولا زالت تلعبه وسائل الإعلام العالمية، وخاصة دور القنوات الفضائية العابرة للحدود الجغرافية. وهذا ينطبق على ما يتعلق بالأحداث التي تشهدها المنطقة العربية في فلسطين والعراق؛ القنوات التلفزيونية لم تعد مجرد قنوات تقدم برامج للتسلية أو للتثقيف إنما هي كما قد أصبحت أدوات الضبط والتحكم السياسي والاجتماعي في المجتمعات الراهنة أو هي وفقاً للمصطلح الذي يستخدمه بيير بورديو عبارة عن أدوات "للعنف الرمزي" الذي تمارسه الطبقات الاجتماعية التي تهيمن على وتسير هذه الأدوات.

ولا مناص من الإشارة هنا إلى مستويين يفصحان عن ضرورة الاعتناء بالنقد الذاتي الجاري حول الميديا في المجتمع الغربي أولاً مستوى الموضوع المباشر الذي يعالجه ويحلله وهو الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام الحديثة وفي القلب منها التلفاز من "تلاعب وتأثير" في عقول الناس. كيف تقوم هذه الوسائل بتشكيل الأفكار والوعي العام ؟ كيف تعمل هذه الآليات في توجيه الوعي والرأي العام وتشكيلهما ؟ من يقوم بالتحكم في هذه الآليات وبإدارتها؟ هل هم الصحفيون الذين

يعملون في هذه الأجهزة أو أنه "النظام" أو "البنية" SYSTEME- STRUCTURE التي يعملون في إطارها؟ وثمة مستوى آخر من التفكير والتأمل يمكن أن نصل إليه يتعلق بطبيعة المجتمع ككل. هذه الآله المركبة؛ أي المجتمع تخضع لأدوات ضبط وتحكم تهدف إلى توجيهها نحو استراتيجيات محددة. ودور أدوات الضبط والتحكم هذه هو إحكام السيطرة على المحاور والتروس والحركات المختلفة التي تتم داخل هذه الآلة أي المجتمع. والذي يقبع وراء ذلك كله ليسوا أفراداً معينين، لكنه "منطق النظام" ذاته، ذلك المنطق الذي شيد على أساس تفضيل مصالح فئات وشرائح اجتماعية معينة وهيمنتها ضد مصالح فئات وشرائح اجتماعية أخرى.

معنى ذلك أن الموضوع الذي يعالجه بورديو يتعلق في مستواه المباشر بتحليل بنية أحد منتجات التكنولوجيا الحديثة التي تعرف بتكنولوجيا الاتصالات والمعلومات وآلياته، لكن الموضوع غير المباشر هو علاقة الأيديولوجيا بهذه التكنولوجيا. فالتوظيف والمضمون الأيدلوجي لهذه التكنولوجيا يجد أوضح مثال له في الدور الذي يلعبه التلفاز؛ التأثير المباشر في المشاهدين يمتد هذا التأثير إلى مجالات الإنتاج الثقافي الأخرى وهو ما ينبه بورديو إلى خطورته بشكل خاص. {ص23}

نقد الأيديولوجية الناعمة

إن التحول الجديد الذي طرأ خلال السنوات العشر الأخيرة من القرن العشرين وحتى الآن هو انفراد ما يمكن أن نسميه بالأيديولوجيا الناعمة بموقع الصدارة في وسائل الإعلام المختلفة. وتتمثل هذه "الأيديولوجيا الناعمة "ideologie soft" في تلك الجرعات اليومية بل اللحظية التي تبثها وسائل الإعلام الحديثة، وكذلك الوسائط المتعددة Multimedia، وانتشار شبكة الأنترنت على المستوى العالمي. هذه الجرعات تتغلغل وتنساب إلى عقول المشاهدين، والقراء، والمستمعين، ومستخدمي الوسائط المتعددة والأنترنت بهدوء وبلا ضجيج على عكس ما كان يتم في السابق.

وعند بورديو هنالك من يملكون وسائل الإنتاج وأدوات السيطرة والتحكم من ناحية، ومن ناحية أخرى هناك دائماً أولئك الذين يخضعون لشروط هذه السيطرة ويسعون للتحرر منها. وإذا كنا قد دخلنا في مرحلة جديدة من مراحل تطور المجتمع؛ تلك التي يطلق عليها اسم "مجتمع المعلومات". فإن السؤال الذي يواجهنا على الفور هو من يملك المعلومات؟ والإجابة عند بورديو واضحة وهي أن يسيطر على هذه المعلومات ووسائل نشرها في المجتمعات المعاصرة؛ هو الذي يحكم ويفرض رؤيته على الآخرين. الذين يملكون ويسيطرون على أكبر الشبكات التلفزيونية في الولايات المتحدة الأميركية هم أمثال : بوستن هيرالد، شيكاغو تريبيون، لوس

أنجليس تايم، نيوريوك تايمز، يو، إس. توادي، وول ستريت جورنال، واشنطن بوست، تايم ونيوز ويك الخ) شركات صناعية ومالية عالمية مثل كابيتال سيتيز، وجنرال إليكتريك، وكوكس إنتربرايز، الخ. بالإضافة إلى أسماء كبار المالكين والمسهمين من أمثال روبرت مردوخ، وارن بوفيت، ولورانس تيتش صاحب سلسلة فنادق لويس، وتدتيرنر (شبكة سي. ان. ان)، وأسرة أوشز-سلزبرجر، وأسرة هيرست، وأسرة جراهام، { الحلوجي مقدمة الترجمة} الخ. إن شبكات التلفاز والمذياع وكبريات الصحف والمجلات التي تؤثر في الرأي العام وتشكله في البلدان الأوروبية. يملكها أمثال روبرت مردوخ المتوج بإمبراطور أو ملك الميديا؛ وراء ملكية كبريات الصحف الإنجليزية الواسعة الانتشار وكذلك شبكات التلفزيون وقنوات البث عبر الأقمار الصناعية، وربما يكون المثال الأكثر دلالة الذي يجسد مدى خطورة هذه الظاهرة هو مثال سيلفيو بيرليسكوني في إيطاليا.

وبالمثل يمكن أن نتساءل من الذي يملك ويهيمن على أجهزة الإعلام العربية ويضع سياستها، وخاصة شبكات التلفاز التي تشكل الوعي والرأي العام في الفضاء العربي وتوجههما؟ أيّ قيم وأفكار ثقافية تروج لها هذه الأجهزة ؟ عن أي مصالح اقتصادية واجتماعية تعبرّ؟ إن جميع شبكات التلفاز والإذاعة وكذلك معظم الصحف اليومية والمجلات الأسبوعية كما نعلم مملوكة أو تدار من جانب الدول والحكومات. كما أن الدولة ذاتها في معظم هذه البلدان تحكمها أسر وعائلات مالكة حيث تُحكم في غالبيتها من قبل شبكات عائلية واجتماعية تلتف حول رئيس الدولة. ومن هنا نجد أن ملكية القنوات الفضائية العربية؛ أي تلك التي تبث عبر الأقمار الصناعية ويتم استقبالها في جميع البلدان. ظلت تعكس نفس التركيب الخاص بملكية وسائل الإعلام المحلية داخل الدول العربية. مثلاً قناتا ART-MBC يهيمن عليهما تحالف كل من الشيخ صالح والشيخ الوليد بن طلال والشيخ الوليد الإبراهيمي، وهناك قناة تلفزيونية أخري أنشأها ويديرها ابن شقيق رئيس سابق لإحدى الدول العربية، كما أن قناة الجزيرة التي اكتسبت شهرة واسعة، أنشأها أحد الأمراء. ومن هنا ندرك العلاقة القوية بين دور وسائل الإعلام من جانب وتوظيفها من السلطة. والمصالح المتبادلة بين المال والإعلام والهيمنة. (الموضع السابق، ص29)

ويكاد يكون من المستحيل فهم لماذا أصبحت المعلومات ووسائل الاتصال الحديثة تعبرِّ عن هذه المصالح من دون الإجابة عن السؤال المركزي الخاص بملكية المعلومات ووسائل نقلها.

يكشف التلفاز من خلال الآليات المتعددة التي يحددها بورديو عن خطر كبير جداً يهدد

مجالات مختلفة على مستوى الإنتاج الثقافي. كما يكشف كذلك عن خطر كبير لا يقل تهديداً للحياة السياسية وللديموقراطية. إن التلفاز ومعه جزء من الصحافة مدفوعين بمنطق اللهاث وراء مزيد من الإقبال الجماهيري، قد أتاحوا وسمحوا للمحرضين على الممارسات والأفكار العنصرية والمعادية للآخر من خلال تقديم التنازلات التي يمارسونها كل يوم.

وعلى هذا يهدف بورديو في عمله عن التلفاز والتلاعب بالعقول إلى وضع ما هو أساسي في المحل الأول بديلاً من السائد والمهيمن على أجهزة الإعلام، أي إبراز الخطاب المختلف عن ذلك الذي يمارس يومياً في التلفاز. ويعتبر الخطاب الجيد التركيب الذي استبعد شيئاً فشيئاً من برامج التلفزيون القاعدة المستهدفة للخطاب الذي يقدم في التلفزيون، يظل في الحقيقة أحد الأشكال الأكثر إحكاماً لمقاومة التعب وللتأكيد على حرية التفكير.

إن ذلك الذي يقوم به ويهدف إليه ينخرط ضمن استكمال ومواصلة النضال المستمر لكل العاملين في مجال الصورة المرتبطين بالنضال من أجل "استقلال رمزهم الإعلامي" وعلى وجه الخصوص التأمل النقدي للدور الذي تلعبه الصور، هذا العمل بدأ بتساؤلات سياسية (أنا أقول سوسيولوجية) عن الصور والأصوات والعلاقات بينهما". { بورديو ص35-36}. يأمل بورديو أن تُسهم هذه التحليلات التي يقدمها في إعطاء أدوات أو أسلحة إلى أولئك الذين يتعاملون مع مادة الصورة ويسعون من أجل ألا يتحول هذا الذي يمكن أن يكون أداة رائعة للديمقراطية إلى أداة للقمع الرمزي. يرى أن علينا أن نمتنع في التعبير عن آرائنا من خلال التلفاز؟ إلا "تحت شروط معينة ويتساءل: لماذا نقبل الاشتراك في برامج التلفاز في ظل الظروف العادية؟ يضيف بورديو أنه بقبول الاشتراك في برنامج تلفزيوني من دون أن يشغل بالنا معرفة إذا كان من الممكن أن يقال بعض الشيء، فإن ذلك يعتبر بشكل واضح خيانة، بأننا لسنا هنا لنقول شيئاً ما وإنما لأسباب أخرى تماماً، وبشكل خاص حتى نُشاهد وأن نكون موضع رؤية الآخرين { الموضع السابق ص39-40}

في حالات معينة، يستطيع بعضهم ـ كما يبيِّن بورديو ـ أن يجد أن هناك واجباً عليه أن يؤديه عبر التلفاز بشرط أن يكون ذلك ممكناً في ظل شروط معقولة. يجب الأخذ في الاعتبار خصوصية الأداة التلفزيونية. لقد أصبح التلفاز، يقدم إمكانية الوصول إلى كل الناس. ويثير بورديو بعض الأسئلة: بخصوص التلفاز هل ما عندي لكي أقوله موجه لكل الناس؟ هل أنا مستعد أن أجعل من شكل خطابي نوعاً من الخطاب الذي يمكن أن يكون مسموعاً من كل الناس؟ هل يستحق هذا الخطاب أن يُسمع من كل الناس؟ وذهب إلى ما هو أبعد من ذلك: هل يجب أن يسمع هذا الخطاب من

جميع الناس؟ ويعترف لقد كنت مضطراً دائماً أن أحدد قبولي أو رفضي للمشاركة في التلفاز تبعاً لهذا التفحص الدقيق لهذه التساؤلات.

إن الاشتراك في برامج التلفاز يتم تحت رقابة فقدان الاستقلالية يرتبط مع أشياء أخرى بحقيقة أن الموضوع المعروض قد تم فرضه، وإن شروط الاتصال والحوار قد تم فرضها كما أن تحديد الزمن المفروض على خطاب المشاركين يفرض بشكل خاص حدوداً، هذه الرقابة تمارس على المدعوين، والصحفيين من مقدمي البرامج الذين يمارسون هذه الرقابة؛ لأنهم يتوقعون أن ما سيقال هو كلام في السياسة. من الصحيح أن هناك تدخلات سياسية / تحكماً سياسياً، لكن من الحقيقي أيضاً أنه يوجد جيش احتياطي وقدر كبير من عدم الاستقرار في وظائف العاملين بالتلفاز والإذاعة، لذا فإن الميل نحو الخضوع للأعراف السياسية السائدة هو إلى حد ما ميل كبير جداً. الأفراد يخضعون للأعراف بشكل واعٍ أو بشكل غير واعٍ.

إنه من الحقيقي القول إن الذي يمارس الضغط على التلفاز هو المحدد الاقتصادي. هذا يعني أنه لا يمكن السعي لقول شيء عبر التلفاز غير ذلك الذي يُحدد مقدَّماً من قبل أولئك الذين يمتلكون هذه المحددات، أي من قبل المعلنين الذين يدفعون ثمن إعلاناتهم.

إشكالية التحليل السيوسيولوجي

إن التحليل السوسيولوجي الذي يدعو له ويهدف إليه بورديو يواجه شيئاً من سوء الفهم : من هؤلاء الصحفيين الذين انخرطوا في موضوع التحليل، لديهم ميل للاعتقاد بأن العمل التوضيحي والشرح، وكشف الحجاب عن الآليات، هو عمل تشهيري موجه ضد أشخاص هو "هجوم" أو نوع من التشهيرات، إنهم يشعرون بأنهم مستهدفون وفي حالة اشتباك، بينما كلما تقدمنا في تحليل وسط ما، كلما وصلنا إلى تخليص أفراد هذا الوسط من مسؤولياتهم الفردية - ذلك لا يعني تسويغ كل ما يجري - كذلك فإننا نفهم بشكل أفضل كيف يعملون، كما نفهم كذلك أن الأفراد الذين يشتركون في ذلك يخضعون للتلاعب والتأثير بقدر ما يمارسون هم أنفسهم عملية التلاعب والتأثير، إنهم يمارسون التلاعب والتأثير في الآخرين في كثير من الأحيان بشكل أفضل. { بورديو ص45}

إن الإعلان عن الفضائح، وعن الأحداث وعن إساءات هذا المذيع أو ذاك، أو المرتبات الخيالية المفرطة والمبالغ فيها لبعض المنتجين. لا يمكن أن تؤدي إلى تحويل الأنظار عما هو أساسي باعتبار أن فساد الأفراد هو قناع لهذا النوع من "الفساد البنيوي" الذي يمارس على مجمل اللعبة من خلال آليات مثل التنافس على كسب جزء من السوق. إن التلفاز يمارس نوعاً من "العنف

الرمزي" المفسد والمؤذي بشكل خاص، العنف الرمزي هو عنف يمارس بتواطؤ ضمنى من قبل هؤلاء الذين يخضعون له وأولئك الذين يمارسونه بالقدر نفسه.

إن جزءاً من العمل الرمزي للتلفاز على مستوى المعلومات يتمثل في جذب الانتباه نحو أحداث تتميز بأنها تهم كل الناس ومنها ما يمكن أن نقول عنها إنها بمنزلة أوتوبيس أو حافلة عامة- يستقلها كل الناس. كذلك الأحداث المتفرقة التي هي كما يقول بمنزلة السلع الغذائية الأولية بالنسبة للمعلومات المهمة جداً لأنها تهم الجميع من دون أن تؤدي إلي نتيجة ما وهي تستهل وقتاً، يمكن استخدامه لقول شيء آخر.

وكثيراً يتم استخدام الزمن ؛ الدقائق الثمينة جداً لكي تقال أشياء تافهة فارغة جداً، إن هذه الأشياء التافهة جداً هي في الواقع مهمة جداً بالقدر الذي تخفي فيه أشياء ثمينة بالفعل. عند هذه النقطة علينا أن نعرف أن هناك نسبة مهمة من الأفراد الذين لا يقرؤون ومن هنا وهبوا أنفسهم جسداً وروحاً للتلفاز كمصدر وحيد للمعلومات. لذا يتمتع التلفزيون بامتلاك نوع من الاحتكار للحدث بدلاً من تكوين العقول. بالتركيز على الأحداث المتفرقة يتم إحلال الوقت النادر بزمن فارغ، بلا شيء أو تقريباً لا شيء بتجنب المعلومات الملائمة التي يجب أن يمتلكها المواطن كي يمارس حقوقه الديمقراطية.

يستمر تحليل بورديو الذي يظهر لنا أجزاء من مظاهر تلاعب التلفزيون والميديا بالعقول؛ ذلك أن عندما يعرض التلفزيون أشياء يتم إخفاؤها عن طريق عرضها، وبوساطة عرض شيء آخر غير ذلك الذي يجب عرضه، إذا ما تم عمل المفروض عمله، إي إعلام المشاهد؛ ويستشهد بمثالين من أعمال باتريك شامبان Patrick Champagne. في كتاب "بؤس العالم"* الذي خصص فصلاً للصورة التي تقدمها وسائل الإعلام للظاهرة المعروفة باسم ظاهرة الضواحي يبين فيه كيف أن الصحفيين مأخوذون في آن واحد بميولهم ومسؤولياتهم الوظيفية، برؤيتهم للعالم، بتكوينهم، وبمراتبهم المهنية ولكن أيضاً بالخضوع لمنطق المهنة، يختارون من هذا الواقع الخاص أي الحياة في مناطق ضواحي المدن.

إن الصحفيين انتقائيون يشبهون "نظارات" خاصة بواسطتها يرون أشياء معينة ولا يرون الأشياء الأخرى؛ كما أنهم يرون هذه الأشياء بطريقة معينة. إنهم يمارسون عملية اختيار ثم عملية إعادة تركيب لذلك الذي تم اختياره.

الفكرة التي على أساسها يتم اختيار الأعمال التي تقدم هي البحث عما هو مثير، عن ذلك الذي

يجذب ويدفع للمشاهدة. يسعى التلفاز إلى دفع الأمور نحو إضفاء طابع "الدراما" وذلك بمعنى مزدوج: إنه يضع في المشهد، في الصورة واقعة أو حدثاً ثم يقوم بالمبالغة في أهميتها، في خطورتها وفي صفاتها الدرامية والتراجيدية، فإن ما سيشد الاهتمام ويثير حفيظة المشاهد هو الانتفاضات وأحداث العنف. هذه بالفعل كلمات كبيرة وهو المطلوب. يجب استخدام كلمات خارقة للعادة. يمكن للكلمات أن تسبب الدمار والخراب وعلينا نحن أن نتذكر أن كلمات تسبب فزعاً للغرب بسبب الاستخدام الإعلامي لها : إسلام، إسلامي، إسلاموي، مسلم - هل الحجاب هو حجاب إسلامي أو حجاب مسلم ؟ هل تأثيره ذلك يكمن ببساطة في مجرد الشكل أو أكثر من ذلك.

إن مثل هذه الكلمات تخلق أشياء، تخلق التصورات والتخيلات الخادعة، تحدث الخوف، كما يقول بورديو. الخارق للعادة هو ذلك الذي يعدّ مختلفاً عما هو عادي؛ ذلك الذي يفرض متابعة "السبق المثير" حتى يكون أول من يشاهد وأول من يدعو إلى مشاهدة أشياء معينة، ثمة استعداد بدرجة كبيرة إلي فعل أي شيء، كما لو أنه يتم النسخ والنقل بشكل مشترك بالنظر إلى سبق الآخرين، أن تفعل ذلك قبل الآخرين، أن تفعله بشكل مختلف عن الآخرين، ثم ينتهي الأمر بأن يفعل الجميع الشيء نفسه، البحث عن السبق المثير، ذلك السبق الذي يؤدي في مجالات أخرى إلى التفرد وإلى إنتاج أعمال أصيلة ينتهي به الأمر هنا إلى القولبة والابتذال. {انظر بورديو ص51} .

إن هذا البحث العنيد الذي يهتم بما هو خارق للعادة وغير مألوف فيما يبين لنا بورديو يمكن أن يتضمن الكثير من التأثيرات السياسية بالإضافة إلى الإرشادات والتعليمات السياسية المباشرة أو الرقابة الذاتية المستوحاة من الإطارات المحددة لعملية الاستبعاد. من هنا تأتي المخاطر السياسية الملازمة للاستخدام العادي للتلفاز؛ من حقيقة أن للصورة تلك الخاصية التي يمكنها أن تنتج ما يسميه نقاد الأدب "تأثير الواقع"، الصورة يمكنها أن تؤدي إلى رؤية أشياء وإلى الاعتقاد فيما تراه.

علينا أن نتابع تحليل بورديو هذه المسألة وهو يحددها لنا كالآتي: الأحداث المتفرقة، الحرائق أو الحوادث اليومية؛ يمكن أن تُعبّأ وتُشْحن بتورطات ومضامين سياسية وأخلاقية قادرة على إثارة مشاعر قوية غالباً سلبية؛ مثل المشاعر العنصرية ومشاعر الزينوفوبيا (العداء للأجانب)، مركب من الخوف والعداء للآخر، والنتيجة النهائية؛ هي أن واقع التقرير أو التسجيل التقريري للواقع le record، en reporter يستلزم دائماً بناءً اجتماعياً للواقع قادراً على ممارسة تأثيرات اجتماعية تعبوية.

والخطورة الناتجة من ذلك أن التلفاز الذي يسعى لأن يكون أداة لتسجيل الأحداث يصبح أداة لخلق الواقع. إننا نذهب أكثر فأكثر نحو عوالم حيث الحياة الاجتماعية توصف وتفسر بواسطة

التلفاز؛ إذ يصبح هو الحكم للانخراط والدخول في الحياة وفي الوجود الاجتماعي والسياسي.

يعتقد بورديو أن الإنتاج الصحفي هو إنتاج غير متجانس. وأن الاختلافات والفروقات الأكثر وضوحاً والتي ترجع بشكل خاص إلي اللون السياسي للصحف، تخفي تماثلات وتشابهات عميقة وهي تعود بشكل خاص إلى الحدود المفروضة من قبل مصادر المعلومات وكذلك بسبب سلسلة كاملة من الآليات التي منها، منطق المنافسة. باسم المبدأ الليبرالي يردد دائماً أن الاحتكار يُقولب وأن المنافسة تؤدي إلي التنوع. وهو يرى أنه بالنسبة للصحفيين فإن قراءة الصحف عمل لا غنى عنه، وتعتبر نشرة الصحافة بمنزلة أداة عمل أساسية ؛ لمعرفة ذلك الذي سنقوله يجب معرفة ذلك الذي قاله الآخرون. هذه المسألة تُعد إحدى الآليات التي من خلالها يتم تجانس الموضوعات المقترحة للنشر.

والسؤال المهم الذي يثيره بورديو هو كيف يتم إمداد هؤلاء الأفراد بالمعلومات وهم الذين يوكل إليهم أن يمدونا نحن بالمعلومات، ويمكن القول بشكل عام إن إمدادهم بالمعلومات يتم بواسطة موردين آخرين للمعلومات (مصادر المعلومات).هناك وكالة الأنباء المصادر الرسمية لكن الجزء الأكثر أهمية وحسماً من المعلومات؛ أي "المعلومات عن المعلومات" تلك التي تسمح بتقرير ما هو مهم، بتقدير ذلك الذي يستحق أن ينقل عبر وسائل الإعلام، هذا الجزء يأتي من مصادر معلومات أخرى.

ولتوضيح الصورة بقول :" إن المسؤولين الذين يحققون الإقبال الكبير من قبل المشاهدين يتمتعون بشعور بالوضوح ليس من الضروري أن يشاركهم فيه الصحفيون المبتدئون، هناك المزعجون الذين يقاتلون ببأس من أجل مجرد إدخال اختلافات بسيطة داخل هذه الآلة الساحقة شديدة التجانس التي تفرضها الحلقة المفرغة للمعلومات التي تنساب بطريقة دائرية بين الأفراد خاضعين للمحددات المفروضة عليهم بسبب ضرورة تحقيق نسب إقبال عالية - ويجب عدم نسيان ذلك - إن الكوادر أنفسهم ليسوا إلا الأيادي المنفذة لتحقيق نسبة الإقبال العالية هذه". {راجع ص60-61-62}.

الاعتراف بقوة السوق

الحقيقة السائدة اليوم هي ـ حسب بورديو ـ الاعتراف بالسوق كجهة رسمية لإضفاء الشرعية. فإن المنطق التجاري هو الذي يفرض نفسه على الإنتاج الثقافي الذي أقدره وأعتبره ذا قيمة تاريخية حقاً ليس إلا إنتاج عدد معين من الأفراد وهو الذي يعتبر بمنزلة الإنتاج الأكثر رقياً للإنسانية في

الرياضيات، والشعر، والأدب، والفلسفة، كل هذه الأشياء قد أنتجت ضد معادلة الإقبال الجماهيري ضد المنطق التجاري. { السابق ص63}.

والمثال على ذلك هي (نسبة الإقبال) التي تمارس على التلفاز تأثيراً خاصاً جداً : تترجم في الضغط المستمر لكل ما هو طارئ وعاجل. المنافسة بين الصحف، المنافسة بين الصحف والتلفاز، بين قنوات التلفاز المختلفة، كل ذلك يأخذ شكل منافسة آنية لحظية من أجل السبق والإثارة Le Scoop من أجل احتلال الترتيب الأول. هناك أشياء قد تم فرضها على مشاهدي التلفاز لأنها قد فرضت بدورها على منتجي البرامج التلفازية ولأنها قد فُرضت بسبب المنافسة مع المنتجين الآخرين {ص64}.

معنى ذلك أنهم يفكرون من خلال "الأفكار الشائعة"، "الأفكار السائدة والشائعة" هي تلك التي يتقبلها الجميع، لأن المشكلة الكبرى للإعلام هي معرفة إذا ما كانت ظروف التلقي قد تم استيفاؤها: هذا المشاهد الذي يستمع إلى ما يقال هل يمتلك مفتاح الشفرة كي يفك رموز ما أقوله ؟ عندما ترسل "فكرة شائعة" فإن ذلك يعني أن الأمر قد حسم بالفعل؛ لقد تم حل المشكلة مقدماً. وهذا الإعلام هو إعلام آني ولحظي؛ لأنه بمعنى ما ليس بإعلام. على العكس من ذلك فإن التفكير هو من حيث التعريف مخرب: يجب البدء بتفكيك (تدمير) "الأفكار الشائعة" ثم عرضها بعد ذلك. {ص66}. يشير بورديو إلى أن التلفزيون يفضل عدداً معيناً من المفكرين – السريعين fast- thinkers الذين يقدمون غذاءً ثقافياً على السريع fast- food culturel وهو نوع من التغذية الثقافية التي تم إعدادها مسبقاً.

والندوات تبدو ظاهرياً أنها ندوات حقيقية، لكنها حقيقية بطريقة زائفة. وذلك لكي يمكن أن ندرك طبيعة هذا النوع من الندوات. سنرى سلسلة من عمليات الرقابة تتم على مستويات مختلفة. المستوى الأول : الدور الذي يلعبه مقدم البرنامج. هذا الدور هو الذي يصدم مشاهدي التلفزيون دائماً. إن مقدم البرنامج يقوم بتدخلات جبرية حاسمة. هو الذي يفرض الموضوع، وهو الذي يفرض الإشكالية. مقدم البرنامج يفرض احترام قواعد اللعبة. يقوم بتوزيع الأدوار على المتحدثين، يعطي الإشارات والتعليمات المهمة.

ليس هناك أحد إلا إذا كان يمثل دوراً ما أو يتحدث بلغة مراوغة مخادعة (فارغة من المعني)، يمكن أن يتحكم في كل شيء. إن مقدم البرنامج ذاته يتدخل في الحوار مستخدماً لغة لا واعية، طريقته في إثارة الأسئلة، نبرات صوته في أثناء الحديث. ويشير بورديو إلى استراتيجية أخرى لمقدم

البرنامج التلفزيوني: هي أنه يتلاعب بالوضع الطارئ والعاجل؛ يستخدم الزمن، تحت ضغط الإلحاح، وذلك لكي يقطع الحديث، يضغط على المتحدث، بل ليقاطعه ويوقفه عن الحديث. يلجأ مقدم البرنامج إلى وسيلة أخرى، يجعل من نفسه متحدثاً باسم جمهور المشاهدين. من وجهة نظر الديمقراطية ؛ إن ما يمثل إشكالية في مثل هذه البرامج خاصة السبب الذي يثير مشكلة على جانب كبير من الأهمية هو: أن كل المشاركين ليسوا في الوضع نفسه من المساواة على المسرح من حيث الفرص المتساوية في الحديث والحوار.

يرى بورديو أن عليك أن تكون في خدمة أحد الأفراد ممن لديهم حديث مهم وتريده أن يتحدث لكي تعرف ما الذي لديه ليعبر عنه، ما الذي يفكر فيه، وأن تقوم بمساعدته على إظهار هذه الأفكار. إلا أن هذا ما لا يقوم به مقدمو البرامج التلفزيونية. إنهم لا يقومون بمساعدة أولئك الذين لا يمتلكون إمكانات كبيرة للتعبير. بل دائماً ما يتم إعطاؤهم الكلمة في اللحظة التي لا ينتظرونها على الإطلاق، المستوي الثاني: من تفكيك العمل هو تركيب البلاتوه. إنه يلعب دوراً حاسماً.

ثمة مثال على هذا النوع من التلاعب: ففي أثناء حركة الاضرابات، كان هناك حلقتان متتاليتان من برنامج "حلقة منتصف الليل". Cercle de Minuit، وكان موضوع الحلقة هو "المثقفون وحركة الإضرابات" في الحلقة الأولى يظهر المثقفون المعارضون لحركة الإضرابات على اليمين. في الحلقة الثانية (وهي استكمال للحلقة الأولى)، تم تغيير تركيب البلاتوه، بإضافة أفراد أكثر إلى اليمين واختفاء الأفراد المؤيدين للإضرابات. في هذه الحالة، فإن تغيير تركيب البرنامج يؤدي إلى تغيير في مضمون الرسالة التي يمررها البرنامج. إن تركيب البلاتوه يتسم بالأهمية لأنه يعطي صورة عن التوازن الديموقراطي.

هناك أيضاً خاصية أخرى في هذا الفضاء الإعلامي تتمثل في منطق لعبة اللغة المستخدمة ذاتها. هناك الافتراض الضمني الأول للعبة اللغة هذه هو: الحوار الديموقراطي كما يتم التفكير فيه وفقاً لنموذج (المصارعة الحرة)؛ يجب أن تكون هناك مواجهات وتحرشات، الجيد (الأفضل / الفائز) هو الأكثر وحشية وشراسة.. وفي الوقت نفسه، فإن كل الضربات غير مسموح بها. يجب أن توجه الضربات ضمن منطق اللغة الشكلية المتفق عليها، اللغة العاقلة. الصفة الأخرى التي يذكرها ؛ هي التواطؤ بين العاملين المحترفين في التلفزيون الذين يطلق عليهم اسم المفكرين على السريع -Fast thinkers، هم متخصصو ذلك النوع من التفكير الذي يستخدم لمرة واحدة ثم يلقي به بعد ذلك، يطلق عليهم لقب "الزبائن الطيبين".

وكثيراً ما أكون مضطراً ببدء كل إجاباتي بوضع السؤال المقدَّم محل تساؤل. يثير الصحفيون من خلال رؤيتهم، أسئلة ليست لها أية صله بأي شيء. وقبل الإجابة عن أسئلتهم، يجب القول بطريقة مهذبة إن سؤالك من دون شك سؤال مهم، ولكن يبدو لي أن هناك حول هذا الموضوع سؤالاً أكثر أهمية.

إن التلفاز؛ هو أداة للإعلام ذات استقلالية ضعيفة جداً يقع على كاهله سلسلة كاملة من القيود التي تعود إلى العلاقات الاجتماعية بين "علاقات تنافس" ضاربة وقاسية بالإضافة إلى تورطات موضوعية ترتكز على المصالح المشتركة التي يترتب عليها أن جهاز التلفاز، هو جهاز مطيع ومفيد.

هيمنة التلفزة الفضائية

والظاهرة الأكثر أهمية هي الامتداد الهائل لهيمنة التلفاز على مجمل أنشطة الإنتاج الثقافي بما فيها أنشطة الإنتاج العلمي أو الفني. لقد دفع التلفاز اليوم إلى أقصى حد، تناقضاً مسّ كل مجالات الإنتاج الثقافي. خاصة التناقض بين الشروط الاجتماعية والاقتصادية التي يجب أن توضع فيها حتى يمكن إنتاج أنواع معينة من الأعمال ذات استقلالية بالنسبة للضرورات التجارية، الخ. ومن ناحية أخرى، الظروف الاجتماعية لنشر الإنتاج الذي تم الحصول عليه في مثل هذه الظروف وتوزيعه.

ويرى بورديو أن التوترات على درجة كبيرة بين الذين يريدون حماية قيم الاستقلالية، والحرية في مواجهة منطق التجارة وطلب السوق وضغوط المسؤولين الخ. وبين أولئك الذين يخضعون ويستسلمون للضرورة، الذين يقبضون مقابل ذلك. هذه التوترات لا يمكنها أن تعبّر عن نفسها على الأقل علي شاشات التلفاز. يقول: " إن مهنة الصحافة هي من المهن التي نجد فيها بشكل كبير أفراداً يعانون القلقَ، غير راضين، متذمرين أو مستسلمين في سخرية، في هذا الوسط يتم التعبير جماعياً بشكل كبير عن الغضب والاشمئزاز أو الإحباط أمام واقع عمل يستمرون في ممارسته أو يعلنون أنه عمل "ليس مثل الأعمال الأخرى". لكننا بعيدون عن وضع يمكن فيه لهؤلاء المستبعدين أو الخاضعين أن يأخذوا فيه شكل المقاومة الحقيقية، المقاومة الفردية وعلى وجه الخصوص المقاومة الجماعية. (ص81)

ولفهم كل ذلك يرى الفيلسوف والسوسيولوجي الفرنسي، أنه يجب الانتقال إلى مستوى الآليات الكلية، إلى مستوى البنية والتركيب. إن التلفاز عالم يجسد لدينا الانطباع بأن كل الشركاء الاجتماعيين بكل ما يتمتعون به من مظهر الأهمية والاحترام، والاستقلالية وحتى أحياناً هالات رائعة خارقة للعادة،

هم دمى لضرورة من الواجب شرحها، دمى لبنية يجب التحلل منها، وكشفها وإخراجها إلى النور. {التلفاز والتلاعب بالعقول ص82 }. ويعطينا مثالاً للمنافسة وحصص السوق

يرى بورديو أنه لكي نفهم الذي يحدث في القناة التلفزيونية الفرنسية الأولى TFI على سبيل المثال علينا أن نأخذ في الاعتبار المطلوب أن تفعله هذه القناة، وأن نأخذ في الحسبان حقيقة أنها داخل عالم يتميز بوجود شبكة من العلاقات الموضوعية التي تربط بين القنوات التلفزيونية المتنافسة المختلفة، إلا أن هذا التنافس يتحدد في شكله، بطريقة غير مرئية بواسطة علاقات قويّة غير واضحة وغير مدركة يمكن أن تُحدد من خلال مؤشرات ودلائل، مثل المؤشرات الخاصة بنسبة حصة هذه القناة من السوق أي بعدد المشاهدين وبوزنها تجاه المعلنين. وهناك أيضاً علاقات قويّة خفية غير مرئية تماماً تجعل من الضروري أن نأخذ في الاعتبار مجمل علاقات القوي الموضوعية التي توجه المجال. هي المنافسة الاقتصادية بين قنوات التلفاز أو بين الصحف من أجل كسب المشاهدين أو القراء أو كما يقال كسب حصة من السوق، هذه المنافسة تكتمل على هيئة منافسة بين الصحفيين، منافسة تتميز بالرهانات الخاصة بها، مثل: "الإثارة الصحفية"، المعلومات المتفردة، السمعة والشهرة. كل هذا لا يحدث ولا ينظر إليه بوصفه صراعاً اقتصادياً بحتاً أو صراعاً من أجل الكسب المالي فقط، لأنه بجانب كل ذلك يكون في الوقت نفسه خاضعاً للقيود والمحددات التي تعود إلى وضع المؤسسة الصحفية داخل شبكة علاقات القوي الرمزية والاقتصادية للمجال. { راجع بورديو صفحات ص85،86}.

فإذا ما أردت أن أعرف ما الذي سيقوله أو سيكتبه صحفي ما وفقاً لرؤيته، يجب أن أعرف الموقع الذي يحتله داخل هذا الفضاء أي القوة الخاصة التي تتمتع بها المؤسسة التي يعمل فيها والتي تقاس من بين محددات وعوامل أخرى بوزنها الاقتصادي، بنصيبها من السوق لكن أيضاً، فيما يؤكد بورديو بوزنها الرمزي الذي يصعب إلى حد كبير تحديده كمياً ويؤكد أنه حتى نكون كاملين، من الواجب الأخذ في الاعتبار موقع المجال الإعلامي القومي داخل المجال العالمي، الهيمنة الاقتصادية / التكنولوجية، وخصوصاً الهيمنة الرمزية للتلفزيون الأميركي والذي هو نموذج ومصدر للأفكار، وللأشكال، وللممارسات بالنسبة لكثير من الصحفيين.

إننا لكي نفهم بشكل أفضل الصورة الحالية لهذه البنية، فمن الأفضل إعادة إنتاج تاريخ العمليات التي أدت إلى وجودها. ويعطينا بورديو مثلاً أنه خلال سنوات الخمسينيات [من القرن العشرين] كان التلفاز موجوداً بالكاد داخل المجال الصحفي؛ كان العاملون فيه خاضعين لهيمنة

مزدوجة في كونهم خاضعين للسلطات السياسية بشكل خاص، ذلك أنهم كانوا خاضعين من وجهة النظر الثقافية، الرمزية، بالإضافة إلى أنهم كانوا خاضعين اقتصادياً أيضاً وذلك بالقدر الذي كانوا يعتمدون فيه على الدعوم المقدمة من الدولة، وبالتالي فإن النتيجة هي أنهم كانوا أقل فعالية وقوة من الصحفيين الآخرين بقدر كبير. ومع مرور السنين، انقلبت العلاقة تماماً وسعى التلفاز إلى أن يكون مهيمناً اقتصادياً ورمزياً. {الموضع السابق، ص87-88}.

إن التلفاز بسبب قدرته على الانتشار يُلقي بمشكلة على عالم الصحافة المكتوبة وعلى عالم الثقافة بشكل عام. ذلك إن الصحف الجماهيرية الواسعة الانتشار تبدو بجانبه شيئاً ضئيلاً. يحتاج إلى التجانس والتماثل والتسطيح، إلى "الامتثالية" وإلى "عدم التسييس". يصبح عملاً مناسباً تماماً، على الرغم من أن أحداً لا يرغب فيه. هذا ما نلاحظه كثيراً في الحياة الاجتماعية : وقوع أشياء لا يريدها أحد ويمكن أن تبدو كما لو أنها كانت مرغوبة. هنا يصبح النقد المبسط خطراً.

يوضح بورديو دور التلفاز وتأثيره في وسائل الإعلام الأخرى ويرى أنه إذا ما حاولت أداة قوية مثل التلفاز، أن تتمحور قليلاً باتجاه ثورة رمزية فإنه سيتم التعجيل بإيقافها... إن التلفاز يوجد في وضع لا يحتاج فيه أن يطلب منه أحد أن يقوم بما يقوم به، إن ذلك يتم فقط بسبب الخضوع لمنطق المنافسة. لقد أصبح مقدمو نشرات الأخبار التلفزيونية، ومقدمو برامج الندوات، والمعلقون الرياضيون، أصبحوا جميعاً بمنزلة مديرين صغار للوعي الذي يصنعونه، أصبحوا أيضاً متحدثين رسميين باسم أخلاق برجوازية صغيرة تماماً. وعلى الرغم من أن هؤلاء الصحفيين يحتلون مواقع متدنية تمت الهيمنة عليها في مجال الإنتاج الثقافي، إلا أنهم يمارسون نوعاً نادراً تماماً من الهيمنة: إن لديهم سلطة التحكم في أدوات التعبير العام، وهم يستطيعون أن يوجهوا جزءاً من هذه السلطة المكرسة لهم باتجاه مصلحتهم الشخصية. { بورديو ص94}.

هنالك ملاحظة مهمة نجدها أيضاً في التلفزيونات العربية هي أن تلفاز الخمسينيات كان يرغب في أن يكون تلفازاً ثقافياً ويرغب بشكل ما وبسبب من احتكاره في أن يفرض على كل الإنتاج الصبغة الثقافية، وفي أن يشكل أذواق الجمهور الواسع بينما تلفاز سنوات التسعينيات يهدف إلى استغلال هذه الأذواق حتى يحقق الإقبال الأكثر انتشاراً.

وعلى هذا يرى من الضروري أن نذهب بعيداً إلى ما وراء المظاهر، إلى ما هو أبعد مما نشاهده على مسرح التلفاز بل إلى ما وراء أشكال المنافسة التي تحدث داخل المجال الصحفي وذلك حتى نستطيع الوصول إلى فهم حقيقي لطبيعة علاقة القوي القائمة بين الهيئات والمؤسسات المختلفة

وإلى إدراك المدى الذي تتحكم فيه هذه العلاقة حتى في الشكل الذي تأخذه التفاعلات بين هذه الهيئات والمؤسسات. {بورديو، ص97}.

وتحليلات بورديو السوسيولوجية لتأثير الميديا يشرحها على النحو الآتي: تخصص افتتاحيات النشرات للأخبار الأكثر ثانوية والأكثر طقوسية للحياة السياسية من أخبار عن الكوارث الطبيعية وعن الحوادث وعن الحرائق، وباختصار عن كل هذا الذي يمكن أن يخلق اهتماماً بحب استطلاع بسيط. ذلك أن الأحداث المتفرقة، تملأ الفراغ السياسي، وأن تقوم بعملية عدم تسييس تختزل حياة العالم إلى حكاية أو طرفة ثانوية صغيرة غالباً ما يُستدعى فلاسفة التلفاز للنجدة، لكي يعيدوا إعطاء معنى لذلك الذي لا معنى له، ولما هو عارض؛ الذي يتم تقديمه بشكل مصطنع ودفعه إلى صدارة العرض ليصبح حدثاً، كارتداء الحجاب في المدرسة، والاعتداء على المدرسين أو كل أحداث المجتمع الأخرى التي تم صنعها جيداً حتى تُحدث سخطاً مثيراً للعواطف. إن البحث عن الإثارة وبالتالي عن النجاح التجاري يؤدي عند بورديو إلى اختيار الأحداث المتفرقة التي تخضع لمنطق البناء الدوجمائي البدائي، إلى خلق اهتمام بالغ بمداهنة الغرائز والشهوات الأكثر بدائية. {ص102}.

السوسيولوجي الفرنسي وهيمنة الإعلام.

ولا تقتصر الهيمنة على التلفاز، بل يتناول بورديو الصحافة، ذلك أن عالم الصحافة عبارة عن مجال له خصوصيته في حد ذاته ولكنه يخضع لمحددات المجال الاقتصادي وشروطه من خلال (نسبة الإقبال). هذا المجال هو نفسه تأثيراً وضغطاً على جميع المجالات الأخرى انطلاقاً من كونه بنية هذا التأثير البنيوي الموضوعي، المجهول، غير المرئي، لا علاقة له البتة مع ذلك الذي نشاهده ونراه مباشرة، مع ذلك الذي نعلن عنه عادة، أي مع ما يتم من تدخل لهذا الفرد أو ذاك. {ص105}.

يسعى بورديو مزوداً ببعض الآمال من أجل تحقيق الإتقان فيما يتعلق بالعلاقة بين التلفاز والهيمنة. مثلاً إعلاء الوعي بالآليات، أن يسهم في إعطاء بعض الحرية للأفراد الذين تحركهم هذه الآليات ويخضعون لها. وإذا كان جزء من التأثيرات السيئة ينتج من العوامل البنيوية التي توجّه المنافسة، التي تسبب استمرار حالة الإثارة. فإنه علينا العمل على أن نجعل هذه الآليات واعية وواضحة وجلية، يمكن أن يؤدي ذلك إلى توافق في تحييد المنافسة. {انظر بورديو ص107-108}.

ويعطينا أمثلة لما تقوم به أجهزة الإعلام؛ أولاً: إن وسائل الإعلام لا تكف عن التدخل لكي تعلن عن تحديد أكبر عشرة مفكرين ممن يعتد بهم؛ لأن هذه أدوات ووسائل تسمح بالعمل على بورصة القيم الفكرية ومن بينها قيم المثقفين. (وهم غالباً من صغار حاملي الأسهم لكنهم أقوياء في عالم

الصحافة أو في مجال النشر).. وهذا يفيد في الحفاظ على استمرار ارتفاع قيمة أسهمهم. وهناك أيضاً أولئك الذين كانوا ولا يزالون أدوات للسلطة، وتمثل مهمتهم الأساسية إحدى الاستراتيجيات الأكثر شيوعاً في احتواء الأفراد الذين يمكن أو يجب أن يستبعدوا، أو في استبعاد الأفراد الذين يمكن أو يجب احتواؤهم.

ثانيا: القوى والتلاعبات الصحفية تعمل بطريقة أكثر حذقاً وبراعة بإدخال إنتاج يتميز بالتبعية والعمالة في المجالات المستقلة، مثل المنتجين التابعين الذين يتلقون التكريم تحت تأثير القوى الخارجية، تكريم لا يمكن لهم أن يحصلوا عليه من خلال قيمتهم الفعلية داخل مجالهم. هؤلاء الكتاب اللا كتاب حقاً، الفلاسفة اللا فلاسفة، يحصلون على قيمة تلفزيونية، على أوزان صحفية من دون قياس مماثل ولا معيار لأوزانهم المحددة داخل عوالمهم المحددة.

وهناك أمثلة أخرى من تدخل القوى الإعلامية، مثل الاقتصاديات ذات الشهرة من جانب الميديا. حتى تستطيع سلطة الميديا فرض هيمنتها على مجالات مثل المجال العلمي، يجب عليها أن تجد تواطؤاً داخل هذا المجال، إن الأكاديميين يتدفقون على وسائل الإعلام، ملتمسين باستمرار عرض كشف حساب، يستجدون دعوة، يحتجون ضد حالة الإهمال والنسيان التي يجدون أنفسهم فيها، وبسماع شهاداتهم الكثيرة جداً، نصل إلى الشك في مدى الاستقلالية الذاتية للكتاب، للفنانين وللعلماء. يجب علينا أخذ موقف من هذه التبعية. وأن نحاول فهم الأسباب أو الدوافع التي تكمن وراءها. يجب أن نفهم من الذي يتعاون، ومن العميل.

إن بورديو لا يدين كل شكل من أشكال التعاون مع الصحف، أو مع الإذاعة والتلفزيون. لكن من وجهة نظر العوامل التي تدفع إلى التعاون والتي تفهم كأنها خضوع بلا شروط لمحددات قوية. إذا كانت المجالات العلمية، والأدبية، والسياسية مهددة بهيمنة الميديا؛ فإن هذا يحدث لأن هناك داخل هذه المجالات أفراداً تابعين وخاضعين لا يعنيهم الأمر كثيراً من وجهة نظر القيم الخاصة بالمجال. {بورديو ص118-119}.

إن التلفاز كما يلاحظ بورديو ينتج تأثيرين. فهو من ناحية يقلل من حق الدخول في عدد معين من المجالات، فلسفية، قانونية، الخ. ويمكنه أن يخلع صفة عالم اجتماع، أو كاتب أو فيلسوف الخ.. على أفراد لم يدفعوا المقابل الضروري للدخول في هذه المجالات وذلك وفقاً للتعريف الداخلي للمهنة المعنية. من ناحية أخرى، فإن التلفزيون في وضع يمكّنه من الوصول إلى أكبر عدد من الجمهور.

تمارس وسائل الإعلام دورها كأداة للمعلومات المعبئة، شكل منحرف من الديمقراطية المباشرة يمكن أن يخلق ذلك الذي يؤدي إلى تلاشي المسافة بالنظر إلى إلحاح الحدث؛ بالنظر إلى ضغط العواطف الجماعية الجياشة، التي ليست بالضرورة ديمقراطية، تلك التي تؤمن بطبيعة الحال عبر المنطق المستقل نسبياً للمجال السياسي.

ويرى بورديو باسم الديمقراطية، أنه يجب النضال ضد اللهاث والجري وراء نسبة الإقبال. ومن الضروري أن يترك للأفراد حرية الحكم، وأن يختاروا الأوديمات [نسبة الإقبال] هو شرط وإجبار السوق، الاقتصاد، أي لشرعية خارجية وتجارية تماماً، وإن الخضوع لشروط وإجبار هذه الأداة الخاصة بالسوق هي المعادل التام في المادة الثقافية لما هو ديماغوجي وموجه من قبل استطلاعات الرأي في الحياة السياسية. يدار التلفاز بوساطة قياس نسبة الإقبال التي تسهم في إلقاء العبء على المستهلكين المفترض أنهم أحرار، وبوضع ضرورات السوق التي ليس لها صلة مع التعبير الديمقراطي لرأي جماعي. {ص124}

من الواضح تماما أن الموضوع الذي يعالجه بورديو؛ هو هيمنة الآليات الخاصة بمجال صحفي يخضع أكثر فأكثر لشروط وضروريات السوق التي تمارس تأثيرها على الصحافيين. ومن خلال هؤلاء وفي مختلف مجالات الإنتاج الثقافي، المجال القانوني، المجال الأدبي، المجال الفني، المجال العلمي تتم الهيمنة. كما أن المحددات أو الشروط البنيوية التي تشكل وزن هذا المجال والتي هي ذاتها خاضعة لمحددات وشروط السوق، تعدل بشكل أو آخر علاقات القوى داخل مختلف المجالات، مؤثرة بذلك على الذي يتم عمله فيها وعلى ما يتم إنتاجه منها، ممارسة بذلك تأثيرات متشابهة تماماً في هذه العوالم التي تبدو شديدة الاختلاف ظاهرياً.

ويوضح بورديو هيراركية نسبة الإقبال على النحو الآتي : يُلقي المجال الصحفي على مختلف مجالات الإنتاج الثقافي بمجموعة من التأثيرات المرتبطة في شكلها وكفاءتها بتركيبه الخاص، تقاس درجة استقلالية مؤسسة ما للتوزيع بقياس نسبة دخلها الذي يأتي من الإعلانات ومن دعم الدولة، وأيضاً بدرجة تركيز المعلنين. بالنسبة لدرجة استقلالية صحافي معين، فإنها تعتمد بداية على درجة تركيز الصحيفة؛ ثم على مكانة الصحيفة داخل الفضاء الصحفي. ثم على مكانة الصحافي نفسه داخل الصحيفة أو المؤسسة الصحفية التي يعمل بها. {ص126}. ويذكر لنا العوامل التي تحدد الضمانات المختلفة المتعلقة بالمكانة الوظيفية التي يحتلها هذا الصحافي. والتي تعتمد على درجة استقلالية الصحافي وعلى كفاءته في الإنتاج المستقل للمعلومات، وتمارس السلطات المختلفة

وخاصة الهيئات الحكومية ضغطها ليس فقط من خلال الشروط والعوامل الاقتصادية التي تتمتع بها ولكن أيضاً من خلال كل أنواع الضغط التي يوفرها احتكار المعلومات الرسمية – المصادر الرسمية تحديداً - هذا الاحتكار يُعطى بداية للسلطات الحكومية ولأجهزة الإدارة. يمارس داخله تأثيرات قوية جداً، يتبع ذلك أن هيمنة المجال الصحفي تقوّي من نزعات الوكلاء المنخرطين في المجال السياسي. ذلك يجعل من الهيمنة التي لا تكف عن التزايد للمجال الصحفي الذي يخضع بدوره إلى هيمنة متزايدة للمنطق التجاري تتزايد وتقوى على المجال السياسي المحصور دائماً في نزعة الديماغوجيا.

وفي نهاية تحليلنا لموقف بورديو من تأثير الإعلام والهيمنة الإعلامية على المتابعين لها وارتباط هذه الهيمنة بالآليات الاقتصادية والسياسية التي تواجه الإعلام وتحدد له دوره، ووظيفته، وتواجهنا مما يجعلنا نواجه بنية متكاملة من آليات السيطرة والخصوصية. يعرض لنا بورديو ويقدم في نهاية عمله الملاحق لتأكيد تحليله السابق، المثال الأول حول العلاقة بين الميديا الأولمبية، والثاني عن الصحافة والسياسة. وسوف نشير إليها إشارتين سريعتين لتأكيد تحليله بشكل تطبيقي.

أولا: الميديا والألعاب الأوليمبية.

يرى بورديو أن شروط البث التلفزيوني وقيوده تؤثر وبشكل متزايد أكثر فأكثر في اختيار الألعاب الأوليمبية، الأماكن والتوقيت الذي تجري فيه المباريات بل وطريقة سريان المباريات ذاتها وكذلك مراسم الاحتفال. ولهذا السبب نجد أنه في دورة الألعاب الأوليمبية في "سيول" فإن توقيت المباريات النهائية الأساسية في ألعاب القوى قد تم تحديده (وفقا لبنود من الاتفاقات التي انتهت إلى شروط مالية هائلة) بطريقة تسمح بإجراء هذه المباريات في أوقات ذروة الإقبال التلفزيوني في بداية السهرة في الولايات المتحدة الأميركية. {ص148}.

ويبين لنا كيف تحولت اللجنة الأوليمبية الدولية تدريجياً إلى مؤسسة تجارية كبرى تبلغ ميزانيتها السنوية عشرين مليون دولار، يهيمن عليها من قبل بطانة من المديرين الرياضيين وممثلي الشركات الصناعية الكبري الذين يتحكمون في بيع حقوق إذاعة المباريات. وكذلك حقوق كفالة واحتكار الإعلانات بالإضافة إلى اختيار المدن الأوليمبية ؛ شركات التلفزيون الكبرى المتنافسة من أجل حقوق البث التلفزيوني: الشركات الكبرى المتعددة الجنسيات. وفي النهاية يهيمن عليها من قبل منتجي الصور أولئك الذين ارتبطوا في علاقات تنافسية متوائمة لتوجيه عملهم الفردي والجماعي لإنجاز تقديم عرض الألعاب، اختيار تأطيراً، ومونتاجاً للصور، وعمل التعليقات.

في النهاية من الواجب تحليل التأثيرات المختلفة لتكثيف المنافسة بين الأمم؛ تلك التي يصنعها التلفاز من خلال عولمة العرض الأوليمبي، مثل ظهور سياسة رياضية للدول موجهة نحو تحقيق النجاحات الدولية، الاستقلال الاقتصادي والرمزي للانتصارات وتحويل الإنتاج الرياضي إلى صناعة {ص149-150}.

ثانيا: الصحافة والسياسة.

يؤكد بورديو أن المجال الصحفي ينتج ويفرض رؤية خاصة تماماً عن المجال السياسي الذي يجد أساسه في بنية المجال الصحفي وفي المصالح الخاصة للصحفيين الذين يعملون فيه.

ففي عالم خاضع لضرورة مثيرة للضجر، وبالميل إلى أن تتعري بأي ثمن، فُرض على السياسة أن تظهر موضوعاً صعباً نستبعده بقدر الإمكان من ساعات الإقبال الكبير في التلفاز، إنها{ أي السياسة} بمنزلة عرض قليل الإثارة إن لم يكن يثير الإحباط وصعباً على المعالجة. ولذلك يجب جعلها مثيرة للاهتمام. من هنا هذا الميل الذي يلاحظ المواجهات الكلامية المفرغة من المعنى talk shows بين متداخلين مفوضين قابلين للتبادل. ولفهم ذلك الذي يقال حقاً أو على الأقل ذلك الذي لا يمكن أن يقال في مثل هذه التبادلات المختلفة ذاتها. أن تكون مستعداً لكل شيء ولكل التنازلات. عليك أن تمارس كل المساومات والتنازلات حتى تظل موجوداً وحتى تؤمّن الأرباح المباشرة وغير المباشرة: الشهرة "الإعلامية" مكانة خاصة لدى المؤسسات الصحفية.

يبين بورديو أن الصحفيين الذين يتذرعون بأن ذلك هو ما يطلبه الجمهور حتى يسوّغوا سياسة التبسيط الديماغوجية هذه (المعارضة كما يؤكد بورديو للاهتمام الديموقراطي للإعلام)؛ لا يفعلون إلا إسقاط نزعاتهم الخاصة على رؤيتهم للعالم، وبخاصة عندما يدفعهم الخوف من الملل إلى إعطاء الأولوية للعراك بدلاً من النقاش؛ للخلاف والهجوم بدلاً من الجدل، أي لوضع كل شيء موضع التنفيذ لتفضيل المواجهة والصدام بين الأفراد.

ويوضح ذلك على النحو الآتي؛ إن ما هو أساسي في مهاراتهم وكفاءاتهم مؤسس على حميمة الاتصالات وعلى السرية أكثر من استناده إلى الموضوعية، والملاحظة، والتقرير والبحث، إنهم يميلون لجلب كل شيء إلى أرضِهم على علم وخبرة به، باهتمامهم باللغة وباللاعبين أكثر من اهتمامهم بمضمون الموضوعات المطروحة سياسياً، وأكثر من اهتمامهم بمادة الحوارات وبالتأثير السياسي للخطابات.

الصحفيون بسبب من موقفهم الغامض في عالم السياسة؛ ولأنهم نشطاء ومؤثرون جداً وحيث

يمكنهم أن يقدموا لرجال السياسة خدمات رمزية لا غنى عنها.. فهم ميالون بشكل تلقائي إلى فلسفة الشك التي تدفعهم إلى البحث عن أسباب اتخاذ المواقف الأقل أهمية والمعتقدات الأكثر إخلاصاً للمصالح التي ترافق المواقف في المجال السياسي.

بكلمات يمكن القول، إن أطروحات بودريار النقدية حيال الميديا وعالمها المعقد والمثير تدخل في سياق التحليل الجذري لمأزق الخطاب الثقافي الغربي المعاصر.

فقد عكست ثورة الميديا صورة هذا المأزق المعرفي على النحو الذي يستحيل أن تعكسه أية وسيلة أخرى. وهذا هو الشيء الذي يمنح الميديا الجديدة صفات مركبة ومعقدة. حيث لا يستطيع حتى صانعها ومنتجها التحكم بآثارها ونتائجها.

الميديا تحت سطوة الإيديولوجيا
الإعلام الأميركي بعد الحادي عشر من أيلول

علي قصير[*]

يرصد هذا البحث ظاهرة الإعلام الديني، من خلال معاينة التحولات العميقة التي طرأت على نشاط المؤسسات الإعلامية العالمية وتوجهها، والميديا الأميركية بنوع خاص، بعد أحداث الحادي عشر من أيلول (سبتمبر) 2001.

ولقد وجد الباحث في علم الاجتماع الإعلام علي قصير أن يطلّ على مضمون الخطاب الذي اعتمدته هذه المؤسسات وشكله، ولا سيما لجهة سعيها إلى إعادة تشكيل الرأي العام تبعاً لمقتضيات المصالح العليا للغرب. وقد تعامل مع هذا الحادث المفصلي ـ أي تفجير مركز التجارة العالمية ـ لا بوصفه حدثاً جرى فوق الأراضي السيادية لأميركا وحسب، وإنما أيضاً بما هو حادث عابر للحدود كانت له تداعياته وآثاره المدمِّرة في بلدان العالمين العربي والإسلامي.

المحرر

لم يكن اليوم الذي أعقب الحادي عشر من أيلول(سبتمبر) 2001، مجرد يوم عادي في الخطاب الإعلامي الأميركي. فقد حفلت شبكات «الميديا» في أميركا بالترويج لخطاب سيأخذ هذه المرة بعداً يتجاوز الحدود المألوفة لوظيفة الإعلام في الصراعات الدولية. إثر هذا الحادث المفصلي في تاريخ أميركا المعاصر، سنكون أمام خطاب إعلامي مركب: ديني ـ سياسي ـ إيديولوجي غايته استثارة الحد الأقصى من غريزة الخوف على المصير من جهة، وتظهير عقيدة الاصطفاء والفرادة التي تحظى بها أميركا من جهة ثانية. وفي الحالتين كان للبعد الديني في الإعلام الأميركي حضور

---

*ـ باحث في علم الإعلام والميديا المعاصرة. جامعة المعارف ـ بيروت.

بارز. ولعل من جملة من لاحظ خصوصية هذا الخطاب المركب وتداعياته هو الكاتب والإعلامي الأميركي بول مويرز (Moyers) عندما رأى «أنه للمرة الأولى في تاريخ الولايات المتجدة تستأثر النزعتان اللاهوتية والإيديولوجية بحكم البلاد. يضيف معلقاً: «عندما تتزاوج هاتان النزعتان لا تكون ذريتهما دائماً سيئة وحسب، وإنما على الدوام تكون عمياء»[1].

وفي مقالة له حول الشخصية المركَّبة للرئيس جورج دبليو بوش، يبيِّن الصحافي البريطاني إد فوليامي كيف أمكن للإعلام الفضائي ومواقع التواصل الألكتروني أن يجعل من شخصية حاكم البيت الأبيض مادة خصبة لإضفاء البعد الديني على السلوك الأميركي غداة أحداث الحادي عشر من سبتمبر. يبدأ فوليامي مقالته التي وضعها تحت عنوان «بوش والحرب الإلهية» بسرد بعض جوانب السيرة الذاتية للرئيس بعد صدمة 11 سبتمبر فيقول «كان الرئيس بوش يفتتح كل جلسة لمجلس وزرائه، بصلاة مع أن بدايات حياته ما كانت لتشير الى ما أصبح عليه اليوم. ففي وسط عائلته «كان جورج هو العاصي الوحيد»[2]، ولم يكن حتى عندما بلغ الأربعين متديِّناً، إلا أنه مذ أطل على الحياة السياسية في عهد والده في بداية التسعينيات من القرن العشرين راح يتدرب على النص اللاهوتي، ويشارك في مناظرات وحلقات تلفزيونية يستحضر فيها آيات من الكتاب المقدس لتدعيم وجهة نظره في سباق المعارك الانتخابية لصالح الحزب الجمهوري. وهكذا تابع بوش سعيه إلى توسيع شبكة صلاته في مناخ الحملات الانتخابية التي خاضها والده، وصارت له طموحاته السياسية الخاصة. غير أن دافعه الأساسي لم تكن له أية صلة بالدين. إلا أنه بمجرد وصوله إلى البيت الأبيض سيحاط بمجموعة من المستشارين وضعوا له برنامجاً يومياً سوف يلقى ترحيباً حاراً من أوساط اصدقائه الجدد في اليمين المسيحي. وقد اعتبر الشعار الذي رفعه خلال حملته الرئاسية والداعي إلى السير «نحو (نزعة) محافظة رحيمة»، خطوة باتجاه الوسطيين، فيما هو في الحقيقة مفهوم صاغه داغ ويد، وهو إنجيلي ينتمي إلى فرقة دينية تسمى «جماعة الرب المتحمِّس». وإلى هذا العرض الإجمالي للسمات الشخصية للرئيس بوش يضيف الكاتب مجموعة من الطقوس اليومية، منها على سبيل المثال: جلسة شرح الكتاب المقدس، ـ الصلاة في مستهل كل اجتماع لمجلس الوزراء ـ والزوج والزوجة يصليان معا قبل النوم. وقد صرح رئيس الكتلة الجمهورية في مجلس النواب، توم دولاي، أمام مؤتمر لممثلي الطائفة

---

[1]- نص مقتطف من كلمة ألقاها بول مويرز بعد تسلم الجائزة السنوية الرابعة لمواطن البيئة العالمي - كلية هارفرد للطب- في 2004/12/1 - نقلا عن موقع: www.commonondreams.com

[2]- إد فوليامي- بوش والحرب الإلهية- في إطار كتاب تحت عنوان: «ذهنية الإرهاب» أعده وترجمه بسام حجار - المركز الثقافي العربي - الطبعة الأولى 2003 - ص 150.

المعمدانية خلال اجتماع عقد في هيوستن، إن الله نفسه قد أوصل بوش الى البيت الابيض، وأنه يستخدمه اليوم «لنشر الرؤية التوراتية للعالم»[1].

ربما كانت النقطة المهمة التي يشير إليها فوليامي في معرض حديثه عن النزعة الدينية للرئيس الأميركي التي ارتفعت حدتها بعد تفجيرات نيويورك، هي انتقاله المفاجئ من «تسامح ما – ولو إعلامياً- حيال الاسلام، إلى الاقتناع بأن هذا الاخير صار يمثل إحدى أخطر إمبراطوريات العالم» التي يتعين على الولايات المتحدة «أن تفرض عليها احترامها»، «وبالتالي تبرير أي حرب محتملة، تقود فيها أميركا منطقة الشرق الأوسط إلى الخضوع كما لم تفعل قوة أخرى في العالم منذ العثمانيين، وامتداداً في الماضي إلى زمن الرومان»[2].

كل هذا وسواه مما كان يجري في أروقة المكتب البيضاوي ومراكز القرار في الولايات المتحدة، لم يكن بعيداً من نشاط التلفزة الفضائية ووسائل الإعلام المختلفة.

وهكذا، لم تكن محطات التلفزة، المملوكة من كبار رجال الأعمال ومعظمهم من اليهود[3] فضلاً عن الشركات النفطية التي تملك عائلة بوش القسم الوازن منها، بمنأى من الحرب الإعلامية الهائلة التي أعقبت تدمير مركز التجارة العالمي. إذ بفضل هذه المحطات جرى تظهير أسس ما أسماه المحافظون الجدد بـ «العقيدة الاميركية». وهي العقيدة التي تتكون من تضافر ثلاثة عوامل قوية وحاسمة تشكلت نتيجة صدمة التدمير المذكورة، وهي كما يبِّينها المفكر الأميركي من أصل روسي أناتول ليفن على الوجه الآتي[4]:

العامل الأول: هو الرغبة في القيام بهجوم مضاد وسريع، عندما تريد أميركا أن تصد هجوماً أو تغسل عاراً.

العامل الثاني: هو الاقتناع بأن أميركا بلد مختار من الله وأن قوته لها ما يسوّغها. وهي موضوعات غالباً ما ظهرت في خطابات الرئيس بوش اليومية والأسبوعية وملأت شاشات التلفاز في أميركا والعالم. وقد استمرت بالزخم نفسه حتى الانتخابات الرئاسية للولاية الثانية في العام 2004 وما بعدها. وإذا كانت هذه الفكرة عن البلد المختار لست حكراً على أميركا وانما هي حالة متأصلة في

[1]- المصدر نفسه – ص 153.
[2]- المصدر نفسه – ص 155.
[3]- سيأتي معنا لاحقاً الإشارة إلى مدى السيطرة اليهودية على وسائل الإعلام الأميركية والكيفية التي أدار فيها المحافظون الجدد تبرير إيديولوجيتهم المتشددة وحروبهم على بلدان العالم الإسلامي.
[4]- Anatol lieven، les composantes du nationalism American، «le Debat»- paris، France، Janvier- Fevrier 2005.

الثقافة الأوروبية وخاصة في المرحلة التي عاشتها أوروبا بين الحربين العالميتين 1914 – 1945.ثم خفت حدتها في مرحلة الحرب الباردة (1944 – 1990) أما في اميركا وبسبب من عزلتها وتاريخها الأكثر هدوءاً خلال القرن العشرين، فقد احتفظ الإيمان بالفرادة والاصطفاء بكل زخمه، وسيقوم المحافظون باطلاقه وتغذيته بأساطير البراءة والطيبة وفعل الخير والانتصار الحتمي على الأعداء.

أما العامل الثالث: فهو هذه الأساطير والمعتقدات الدينية التي ترتبط بما يمكن تسميته «الصيغة الدنيوية للإيمان» وغايتها إبراز مكانة أميركا التي قررها لها الله. وهي فكرة تقوم على أن الولايات المتحدة هي حاملة اللواء والنموذج الأمثل عن الديمقراطية والحرية، وأن لديها القدرة ولها الحق، وعليها واجب نشر قيمها على سائر العالم[1].

لقد شكلت هذه العوامل الثلاثة مجتمعة، مادة إعلامية شديدة التأثير في الرأي العام الأميركي، بحيث استطاعت أن تعيد توحيد مشاعر الأميركيين حول استثنائية بلدهم والقيم العالمية التي ينفرد بها. فكما برهنت الانتخابات الرئاسية لعام 2004 فقد كان لهذه المشاعر تأثير شبه كامل باستبعاد معظم حجج النخب الأميركية المعتدلة عن مركز القرار سواء تعلق الأمر بالسياسة الخارجية أو بإدارة الشؤون الداخلية. وبفعل حرب الدعاية التي قادها الاتجاه الديني ـ الإيديولوجي ممثلاً بالمحافظين الجدد، بات من المستحيل على أي كان التلميح إلى أخطاء أو عيوب في النظام الأميركي، ومن كان يجرؤ من الأميركيين على إبراز وعيوب من هنا أو هناك فإنه سيتهم في الحال بأنه يفتقد إلى الكبرياء الوطني وأن «عليه الاعتذار من أميركا». ولقد كان على هذا الاتجاه المتشدد الذي احتل مركز القرار في الولايات المتحدة الأميركية أن يستخدم الميديا سلاحاً استراتيجياً في موازاة الأساطيل الحربية براً وبحراً وجواً[2].

وعلى هذا النحو يقرر عدد من الخبراء الدوليين أن الإمبراطورية الإعلامية الأميركية لم تكن لتنشأ من فراغ. فهي تدخل دخولاً عميقاً في رؤية أميركا الشمولية لنفسها وللعالم الذي أمامها. ولذلك سيكون لمؤسسة الإعلام الأميركية دور يتعدّى الجانب المهني ـ التجاري ليمضي بعيداً في التبشير الإيديولوجي بالبعد الرسالي لأميركا من خلال ما سمي بالصهيونية المسيحية. والذين قرؤوا الظاهرة الأميركية من قبل أن تتحول إلى صيغة الولايات المتحدة الحديثة وجدوا أن مفكّريها ـ من أساتذة وكتّاب وكهنة ورجال دولة ـ لم يخفوا هدفهم الأخير: فرض نمط حيواتهم على العالم

[1]- **Anatol Lieven، Ipid.**

[2]- **Anatol Lieven، Ipid.**

كله. فأميركا تعتقد نفسها وتريدها شمولية كلية لا تضاهى. وبهذه الصفة، لا تتصوَّر ذاتها إلاَّ متفوقة على مجمل المناطق التي يتحرَّك في داخلها أفراد وأمم، وترى أنَّ من واجبها احتواءها. تزعم الإيديولوجيا الأميركية أنَّ أميركا هي قائدة العالم ما دامت العناية الإلهية أمرت بذلك، وما دامت تجسِّد نصاب العالم المقبل وفقاً للخطط الإلهية. ومن المقدَّر ـ بحسب المفكرين الأوائل والمتأخرين ـ أن تقع على كاهل أميركا مسؤولية إملاء قانونها. القانون الذي شرَّعته السماء ليُفرض على الأمم والشعوب[1]. ذلك ما يقرره الباحث الفرنسي ميشال بوغنون في خلال عرضه مكونات الإمبراطورية الإعلامية الأميركية وفي الإطار نفسه يلاحظ بوغنون أن العناية الاستثنائية التي يوليها العقل الأميركي للإعلام تعود إلى كونه يغطّي كل وظائف البشر الروحية. ثم ينبري الى القول إن النجاح الأول لأميركا في مجال الاتصال، قام على مفارقة لافتة: فهي من وجهٍ أول أمَّة قنّاصة، وشرسة، ومسؤولة عن عدة تدخلات خارج حدودها الشرعية، منذ نهاية حرب الاستقلال، ومن وجهٍ آخر موضوع كرهٍ من جانب شعوب كثيرة. ومع ذلك، توصَّلت الولايات المتحدة إلى خداع الشعوب بحكمٍ مسبق، وذلك يعود إلى عوامل: خبرة طويلة في الإعلان، احتكار كبريات وكالات الصحافة الدوليّة، القوّة المالية، وكذلك فالأميركيون يدينون لسلبية الأجهزة الإعلامية والمؤسسات التربوية والحكومات في مجمل العالم[2]. ولقد بات معروفاً حجم الإعلام في تاريخ الولايات المتحدة. ففي سنة 1848، وُلدت في الولايات المتحدة الوكالة الصحافية، آسوشيتد برس؛ تلتها سنة 1907، يونيتد برس آسوسيشن، والإنترناشيونال نيوز سرفيس، سنة 1909، المجمّعة، سنة 1958، في وكالة يونيتد برس إنترناشيونال. وإذا أضفنا وكالة رويتر (تسمَّى الآن رويترز) التي تنتمي، اليوم، إلى صحافة بريطانيا العظمى وأوستراليا ونيوزيلندا، وتكتفي على غرار معظم الوكالات غير الأميركية في العالم، غالباً، بتكرار معلومات الوكالات الأميركية، فإننا نحصل على تكتلٍ قادرٍ على مراقبة 90% من الإعلام المبثوث. ومع الصحف الكبرى التي بلغت جمهوراً عالمياً (نيويورك تايمز الصادرة سنة 185، ونيويورك هيرالد تريبيون)، والدوريات (الريدرز دايجست، ناشيونال جيوغرافيك ماغازين، بلاي بوي، تايم، نيوزويك)، وشبكات التلفزة NBC و ABC، ومنذ 1980 CNN، (الشبكة العالمية الأولى)، صارت تملك الولايات المتحدة سلطاناً ذا مدى لا يُسبرَ غوره، يسمح لها منذ عشرات السنين، بقولبة فكر بضعة مليارات من الأفراد. وعبر الصحافة والسينما والتلفزة والراديو، وجد

[1]- ميشال بوغنون ـ موردان: أميركا التوتاليتارية ـ الولايات المتحدة والعالم إلى أين؟، قدَّم له: بيار سالينجر، تعريب خليل أحمد خليل، دار الساقي، لندن، بيروت 2002، ص245ـ246.
[2]- المصدر نفسه ـ ص 247.

الأميركيون طريقة لاختراق العقول عبر الثقافة والآداب والإعلام والسياسة واستعمال القوّة"[1].

الميديا ودورها تصنيع قيم الاستهلاك

وعلى ما يبدو فإن مؤسسات التوجيه الإعلامي الأميركية ماضية في إنتاج ثقافة الاستهلاك. فهي تذهب إلى ما يشكل صوغاً لاستراتيجيات فكرية تقدم الولايات المتحدة بوصفها معطى أرسلته السماء. ولعل البرنامج التعليمي الذي نظمه لمحطات التلفزيون الكبرى الزعيم الجمهوري في مجلس النواب نيوت غينغريتش في مطلع التسعينيات هو أحد الجهود الآيلة إلى «أسطرة» أميركا وسياساتها وأنماط حياتها. إنه يدعو إلى تناول التاريخ الأميركي بطريقة تمجيدية تستند إلى رموز جامدة لقيم دائمة. فعندما يعيش العالم فيما يسميه «ثقافة الومضة» وفي عاصفة من المعلومات الهائلة المضطربة ينبري غينغريتش للإعلان عن أن هدف برامجه التعليمية المتلفزة هو غرس الذهن بقيم الأساطير القديمة، لكي يكون التاريخ الأميركي نقياً وصافياً، ومقبولاً، من الأجيال. وعلى أي حال فإن غينغريتش الذي يؤمن بالإيديولوجيا إيماناً راسخاً ويصفها بأنها «قنبلة في الرأس» هو كسواه من الإيديولوجيين الأميركيين في هذه الأيام، لا يجدون ما يعملون عليه سوى الذهاب بعيداً في الاستيلاء على العقل وبث أخلاق السيطرة والقوة على النطاق العالمي. وهذه إواليات إعلامية توصيلية غايتها تعميم قناعات ثابتة لدى شعوب العالم، وبخاصة شعوب «العالم الثالث» برسالية القوة الأميركية وسموها.

لكن جيمس كورث أستاذ العلوم السياسية في الجامعات الأميركية، يقدم انطباعاً مخالفاً عما تذهب إليه أخلاقيات التمجيد فيرى «أن الدور الذي تلعبه الولايات المتحدة في الصراع الهائل بين المنظمات الكبرى ووسائل الإعلام العالمية والشركات متعددة الجنسيات، سيتوقف على نتيجة صراع آخر أكثر إيلاماً. ذلك لأن الفترة الأولى من تاريخ ما بعد العصر الحديث ستتضمن صراعاً موازياً، وحرباً أهلية داخل الولايات المتحدة بين المؤسسات المتعددة الثقافات والتسلية الجماهيرية من جانب، والثقافة القومية والتعليم الجماهيري من جانب آخر. ومنذ الآن ـ يضيف كورث ـ يبدو أن معسكر ما بعد العصر الحديث هو الذي سيسود، وإذا ما حدث ذلك فإن الولايات المتحدة بالمعنى التقليدي للشعب الأميركي وحكومة الولايات المتحدة، لن تكون هي الممثل، بل المتفرج ـ بل حتى المسرح ـ لعالم ما بعد العصر الحديث، وستصبح متلقياً للتاريخ لا صانعاً له..." [2].

---

[1]- بوغنون ـ أميركا التوتاليتارية، ص189.

[2]- جيمس كورث، ما تزال أميركا أمة؟، مركز الدراسات الاستراتيجية والبحوث والتوثيق، بيروت 1995، ص 20.

إن مثل هذا المآل لدولة تمسك بناصية الإعلام وإنتاج أخلاق الاستهلاك لن يفضي، على الأغلب، إلا إلى المزيد من تفكيك العالم وأنظمة القيم فيه. إذ على النسق الإيديولوجي إياه لم يدَّخر منظّرو الفرادة الأميركية جهداً من أجل ابتعاث مروحة من الأفكار، لا يقصد منها سوى منح السيطرة مشروعية الاستمرار والتراكم لتأخذ صعيدها المعرفي والثقافي. ويتحدث معظم هؤلاء بلغة اليقين، ودائماً عبر آليات الإعلام، بهدف خلق اعتقادات في المجتمعات الدولية، وخاصة الأوروبية فضلاً عن «مجتمعات الأطراف» مؤداها التسليم بنمط الحياة الأميركية كقدر لا مناص منه. وها هو ذا دانيال بيرتون أحد البارزين في قطاع الاتصالات يرى «أن الولايات المتحدة. بوصفها رائداً في اقتصاد الشبكات سوف ترسم تطور هذا الاقتصاد. ذلك أنه ليس هناك أي دولة أخرى في العالم تملك المؤهلات اللازمة لتوجّه تطوره، فهناك وجود برمجي هائل، ومصنّعو مواد على مستوى دولي وصناعة ديناميكية ذات محتوى جيد، وقطاع اتصالات كامل الخصخصة. وقاعدة صلبة لرأسمال جسور، وسوق عمل مرن، ونظام جامعي لا نظير له».

يضيف بيرتون أننا في النهاية نتجه نحو عالم للشبكات يتكون من مجتمعات إلكترونية تجارياً وثقافياً، عالم يعمل على تدعيم مكانة الولايات المتحدة كأمة من بين الأمم الأخرى، ولكنها في الوقت نفسه، وعلى النقيض من ذلك، أمة تعمل على تفكيك نظام الدولة ـ الأمة[1].

استراتيجية تفكيك القيم

يكشف هذا الكلام عن أحد الوجوه الأكثر عناية بالاهتمام في الخطاب الثقافي الأميركي وهو ذاك المتّصل بالرغبة في تخليع الرابطة القيمية التي نشأ عليها مبدأ الدولة – الأمة، تريد الطبقة السياسية الحاكمة في الولايات المتحدة أن تقيم عالماً يشبهها في الغرب وفي العالم أجمع، أي دولة عالمية سمّاها أحد الخبراء الأميركيين وهو جيمس كورث بـ«المؤسسة الأميركية»، التي ذهبت ابتداء من نصف القرن المنصرم إلى جعل مصلحة الدول ـ الأمم، مثل بريطانيا، وفرنسا، وألمانيا، وإيطاليا، واليابان تتفق مع تجاوز مفهوم الدولة ـ الأمة، عن طريق العضوية في عدة منظمات دولية كالأمم المتحدة ومنظمة الدول الأميركية، وحلف الأطلسي، وصندوق النقد الدولي، والبنك الدولي وسواها. وخلاصة القول إن الدولة الأميركية مثلها مثل تلك الدولة التي قامت في أوروبا واليابان، نفّذت مشاريع كبرى في الأبعاد الثقافية والأمنية والاقتصادية للحياة الاجتماعية. لكن على خلاف

[1]- Joseph S. Nye، Jr. and William A. Owens.”American Information Edge”. Foreign Affairs، Issue 106، Spring 1996.

الدول ـ الأمم الأخرى، فإنها فعلت ذلك على نطاق قاري هائل الحجم حقاً. بل إنها حتى وهي تفعل ذلك كانت تنشئ أيضاً عالم ما بعد العالم الحديث، وبذلك مهّدت الطريق لزوالها كدولة/ أمة.

كانت بداية التسعينيات ذروة ما وصلت إليه التجربة الأميركية لجهة نزع القيم التي تقوم عليها مبادئ الدولة – الأمة. لتنتقل بعد ذلك إلى زمن الهيمنة على العالم؛ وهو زمن يتّسم بتخطي الاتكاء على جيوش تقليدية كبيرة، تقوم على التجنيد الإجباري الجماهيري وتوفر الدفاع القومي. وذلك باتجاه تشييد ما يسمى بـ«مجتمع ما بعد العصر الحديث» الذي يقوم أساساً على وجود الأسلحة النووية، التي توفر الردع الموسع، والأحلاف الدولية الدائمة (مثل ما حدث مع الحلف الأطلسي) وعلى التكنولوجيا الراقية، والأسلحة الموجهة بدقة والأسلحة الشبح، مما يوفر القوة العسكرية لتحالفات دولية مؤقتة كالّتي حصلت في حرب الخليج الثانية والتي حصلت على نحو مدوٍّ في الحرب على يوغوسلافيا، وصولاً إلى المثال الأفغاني والذي عدّه كثيرون من الاستراتيجيين الغربيين مثالاً قابلاً للتكرار في غير منطقة من العالم[1]. وبطبيعة الحال، فستأتي حرب غزو العراق في العام 2003، لتمنح مساراً كهذا، درجته القصوى في حقول التطبيق.

إن الوجه الإعلامي للتطور الأميركي شكل الآلية المتقدمة لظهور الإمبريالية المفتوحة. وكان بديهياً أن تؤدي الشبكة الإعلامية الهائلة مهمتها الكبرى باتجاه تفكيك أنظمة القيم في العالم. وإذا كانت مجتمعات الأطراف أو ما يصطلح عليها بالدول النامية آثرت خيار التلقي والامتثال عموماً للهيمنة الإعلامية والثقافية ـ الأميركية، فذلك ما لم يحصل على الإجمال في المجتمعات الغربية. فكان أن انفجرت في وجه الزحف الإعلامي الأميركي تيارات وازنة في المجتمع المدني الأوروبي، تطالب بضرورة الممانعة والمواجهة. حتى إن الحكومة الكندية استشعرت هذا الخطر وأعلنت على لسان السيدة شيلاكوبس النائبة السابقة لرئيس الوزراء ووزيرة المالية لعام 1997، وجوب مواجهة ما أسمته بـ«الإمبريالية الثقافية» وأكدت أنه إذا أصرّ الأميركيون على فرض هيمنتهم على المجتمع الثقافي العالمي باستخدام الأدوات المتاحة لهم، فإن عليهم أن يتوقعوا إجراءات مضادة[2].

المسألة بالنسبة للمؤسسة السياسية الأميركية لا تتعلق بالأخلاقيات المجردة، وإنما أساساً وقبل أي شيء بملاءمة النشاط الإعلامي والثقافات المنتجة في سياقه، مع الدرجة التي بلغها تطور شبكات المصالح والنفوذ في العالم، لذا فإن الآليات الإعلامية تقصد بشكل منهجي ومعمق

[1]- انظر تعليقات الصحافة الأميركية في هذا الصدد، وهي تغطي ردود الفعل الداخلية على حرب أفغانستان في سياق التحول الأميركي العام بعد أحداث 11 أيلول (سبتمبر). وظهور مصطلحات جديدة كـ«الدول المارقة» و«محور الشر» و«الحرب على الإرهاب».

[2]- هربرت شيلر، الرعب الإعلامي من شؤون الرئاسة في واشنطون. لوموند ديبلوماتيك، الطبعة العربية – الشهرية- آب (أغسطس)1997.

إعادة تشكيل الوعي الجماعي العالمي، وتكييفه على نحو يناسب حاجات الإمبريالية المفتوحة، فثورة التكنولوجيا الإعلامية كما يؤكد الكاتب الفرنسي إيناسيو رامونيه تتطلع لإحلال الحاسوب محل العقل البشري، وتتسارع هذه العقلنة العامة لأدوات الإنتاج بفعل التوسع الكبير في الشبكة الجديدة للاتصالات، وبذلك ينشط الإنتاج وتختفي بعض المواد وتتفجر موجة البطالة والعمل الموقت[1](...) أما في الميدان الاقتصادي فالسائد هو ظاهرة العولمة أي الارتباط المتزايد والوثيق بين اقتصادات بلدان متعددة، وتهم هذه العولمة أساساً القطاع المالي الذي يهيمن من بعيد على الأجواء الاقتصادية وتعمل الأسواق المالية طبقاً لقواعد وضعتها لنفسها بنفسها، وباتت من الآن فصاعداً تفرض قوانينها الخاصة على الدول ذاتها، في حين على صعيد العلاقات الاجتماعية أحدثت ثورتا الإعلام والاقتصاد أزمة في مفهوم السلطة، فبعد أن كانت هذه حتى عهد قريب عمودية أبوية مهيمنة، باتت الآن تزداد أفقيةً وفق تركيب شبكي ـ بفضل تقنيات الاستقلال الإعلامي ـ وتوافقي. وفي ذلك تغيير جذري لهوية السلطة السياسية وممارساتها[2].

ثنائية الإرهاب والإعلام بعد 11 سبتمبر

لم تكن أطروحة الإرهاب مجرد حالة عارضة في الميديا الأميركية. والذي أنتجه زلزال مانهاتن في الحادي عشر من أيلول 2001 يكشف الآليات التي استخدمتها الإمبراطورية الإعلامية في إعادة تشكيل الوعي والتحكّم بالمزاج العام في الولايات المتحدة والعالم. فبعد هذه الصدمة التي أصابت عمق شعورهم الجمعي دخل الأميركيون عموماً، ومراكز القرار في البيت الأبيض والبنتاغون والكونغرس فيما يشبه «رُهاب اليوم الآتي». وصار الكلام المعلن على السلام النووي وأسلحة الدمار الشامل هاجس الساعات الأميركية المتصلة. هكذا لم تجد عالمة النفس الأميركية إميلي شتاين التي بحثت في تأثيرات الإرهاب في الأميركيين إلاّ هذه الكلمات لتعكس السايكولوجيا الأميركية بعد انهيار برجي نيويورك، إذ تقول: «لم أشاهد في حياتي مثل هذا العدد الكبير من الناس البؤساء. الجميع يشكون من «غيمة سوداء» «تهددهم من أعلى»[3].

في إثر الموجة العارمة من سايكولوجية الخوف الممزوجة بالشعور بالتفوق لم تغفل إدارة

[1]- إيناسيو رامونيه: ألغاز المطياف هذا الكائن الخرافي المهبطي، من كتاب: «نظام التضليل العالمي»- ترجمة غازي أبو عقل، دار المستقبل، دمشق ص 63».

[2]- كريغ تيرنر «موظف كندي يلمّح بإمكانية محاربة هوليود تجارياً» لوس أنجلس تايمز، 11 شباط (فبراير) 1997.

[3]- ورد هذا الاقتباس لعالمة النفس إميلي شتاين في سياق مقابلة أجرتها شبكة «غوريللا» الالكترونية مع الباحثة الأميركية نانسي سنو ونقلتها محطة «CNN» الفضائية بتاريخ 2001/11/20. أنظر أيضاً مقطع من المقابلة «نشرتها جريدة «المحرر العربي» العدد 373 تاريخ 2001/12/5.

المحافظين الجدد الأهمية الخاصة لما ينطوي عليه الفضاء الإعلامي من قوة استنقاذ للموقف. كان عليها أن (تدق النفير) للحرب. وعلى كل كلمة وصورة أن تغدوا مكوِّناً من مكوِّنات الحملة المضادة على الإرهاب. لذا سيحتل الإعلام موقع الممارس الأكثر شراسة للعنف الرمزي في المجتمع الأميركي بل على مساحة العالم كله. سوف تسعى الإمبراطورية الإعلامية تحت قيادة مواقع القرار الأساسية في الولايات المتحدة إلى التأسيس لحروب شاملة مفتوحة وإعطائها المسوغات «الأخلاقية» والثقافية والقانونية[1]. ولقد ذهب مفكِّرون وخبراء إلى توصيف آليات إنتاج العنف فأقَرّوا أنَّ انهيار برجي المركز العالمي للتجارة أمر يفوق الخيال، غير أنَّهم بيَّنوا أنَّ هذا لا يكفي لكي نجعل منه حدثاً واقعياً. إنَّ قدراً زائداً من العنف لا يكفي للإطلالة على الواقع. ذلك أنَّ الواقع هو مبدأ، وهذا المبدأ أولاً هو فتنة الصورة، أما العواقب المبهجة أو الكارثية فهي متخيلة إلى حد بعيد، انطلاقاً من الصورة). ومثل هذا التحليل سيصل إلى حدوده القصوى مع الأطروحة التي قدمها المفكر وعالم الإجتماع الفرنسي جان بودريار لمَّا أشار إلى أن «الإرهاب ليس شيئاً يذكر من دون وسائل إعلام»[2]. فوسائل الإعلام برأيه، هي جزء لا يتجزّأ من الحدث، ومن الرعب، وقد تؤدي دورها في هذا الاتجاه أو ذاك. وبالتالي فإنَّ الفعل القمعي يسلك المسار غير المرتقب نفسه الذي يسلكه الفعل الإرهابي، ولا أحد يعلم عند أي حد سيتوقف، والانقلابات التي ستليه. مامن تمييز ممكن، على مستوى الصور والإعلام، بين المشهدي والرمزي، ما من تمييز ممكن بين «الجريمة» والقمع. وانطلاقة هذا الارتكاس الخارجة عن أي سيطرة هي الانتصار الفعلي للإرهاب. وهو انتصار ظاهر في تشعبات الحدث وتسرباته الخفية ـ ليس فقط في الركود المباشر، في الاقتصاد والسياسة والبورصة والمال، للسستام بمجمله، وفي الركود الأخلاقي والسيكولوجي الذي ينجم عنه، بل أيضاً في ركود نظام القيم، وإيديولوجية الحركة بأكملها، والتداول الحر... إلخ، التي طالما كانت مفخرة العالم الغربي، وهي المرتكزات القيمية ـ الأخلاقية التي تسلّح بها هذا العالم لممارسة هيمنته على الأرجاء المتبقية من العالم. ولقد تفاقم الأمر إلى حد بدأت معه فكرة الحرية، وهي فكرة حديثة العهد، بالاختفاء من العادات والضمائر، وبدأت العولمة الليبرالية بالتحقُّق في شكلٍ معاكس، وظهرت في صيغة عولمة بوليسية، ومراقبة كلية، وترهيب أمني. بل أكثر من هذا فقد كان كل مظهر من مظاهر العولمة الأمنية بعد المحنة الأميركية يشير إلى أنَّ النظام العالمي بات يشهد انكفاءً استراتيجياً، ويجري مراجعة أليمة لقيمه ـ كرد فعل دفاعي، على ما يبدو

[1]- محمود حيدر، غيمة سوداء فوق أميركا، النقّاد العدد (123) 2002/11/4.

[2]- جان بودريار، «»فرضيات حول الإرهاب»، من دراسة له في إطار كتاب «ذهنية الإرهاب» ترجمة وإعداد بسام حجار ـ المركز الثقافي العربي ـ بيروت ـ الرباط – الطبعة الأولى -2003 ترجمة وإعداد بسام حجار- ص 105.

حيال صدمة الإرهاب، ولكنها تستجيب في العمق إلى إيعازاته المضمرة ـ تنظيم قسري ناجم عن الفوضى المطلقة، لكنه يفرضه على نفسه، مستبطناً، على نحوٍ ما هزيمته الخاصة[1].

والخلاصة التي ينتهي إليها مثل هذا الاتجاه التحليلي لمسار الميديا الأميركية بعد 11 سبتمبر هي مركّب «الرعب مقابل الرعب»، و»الإرهاب مقابل الإرهاب»، كما يقول بودريار. لكن الأخير الذي وصفه خصومه بـ «فيلسوف الإرهاب»، بسبب من خروجه على نظام الخطاب الإعلامي الأميركي سيمضي في تفكيك الظاهرة وهي في حمأة صعودها ليقرِّر أنَّه عندما يكون الموقف مُحتكراً، على هذا النحو، من قبل القوة العالمية(أميركا)، وعندما نكون حيال هذا التركيز المذهل لكل وظائف الآلية التكنوقراطية والفكر الأحادي، فأي سبيل آخر يمكن سلوكه غير التحويل الإرهابي للموقف؟ ثم يستطرد مجيباً على تساؤله بالقول: إنَّ النظام نفسه هو الذي ولَّد الشروط الموضوعية لهذا الرد العنيف المباغت. فباستئثاره بكل الأوراق، يُرغم الآخرعلى تغيير قواعد اللعبة. ذلك بأن القواعد الجديدة ضارية. فالإرهاب كالفيروس، ماثل في كل مكان، هناك حقن عالمي متواصل للإرهاب الذي هو كالظل الملازم لكل نظام سيطرة. مهيأ، أينما كان، لأن يصحو كعامل مزدوج، حيث لم يعد هناك خط فاصل كفيل بالإحاطة به، إنَّه في لب هذه الثقافة التي تحاربه، والشرخ المرئي (والحقد) الذي يجعل على المستوى العالمي، المستغلين والمتخلفين في مواجهة العالم الغربي يرفد، سراً، الشرخ الداخلي في «النظام» المسيطر[2]. فالإرهاب ـ بهذه المنزلة ـ حسب رؤية بودريار هو الذبذبة الصادمة لهذا الارتكاس الصامت. ذلك أن الأمر هنا لا يتعلق بصدام حضارات ولا بصدام أديان، كما يتعدى بكثير العلاقة المضطربة بين الإسلام وأميركا اللذين تجري المحاولات لحصر النزاع فيهما لتوليد وهم مجابهة مرئية. صحيح أن في الأمر تضاداً أساسياً، لكنه تضاد يُبيِّن، أن العولمة المنتصرة تخوض صراعاً مع ذاتها. وفي هذا المعنى يمكننا الحديث عن حرب عالمية، ليست الثالثة، بل الرابعة وهي الوحيدة العالمية حقاً، لأن رهانها هو العولمة بالذات[3].

2 - «المكارثية» المستعادة عبر الشبكة

قد يكون من أبرز ما أظهرته وسائل الإعلام الأميركية- وهي تردِّد أصداء تفجيرات نيويورك- هو ما عكسته برامجها الثقافية والسياسية في خطابها الموجه الى الداخل الأميركي بالذات. فقد أصبح المجتمع الأميركي عرضة لحملة هائلة من الضغوط وقمع الحريات تحت حجة المحافظة على

[1]- بودريار- المصدر نفسه- ص 107.
[2]- المصدر نفسه – ص 115.
[3]- المصدر نفسه- ص 112.

العقيدة الأميركية ودورها الرسالي في العالم أجمع. والذي حصل هو انقلاب المعادلة القائلة، ان أميركا كانت فيما سبق متوحشة في الخارج ودودة وديمقراطية في الداخل. حتى إن هناك من الباحثين الغربيين من عاد بالذاكرة الى مرحلة الخمسينيات من القرن العشرين حيث قدمت «المكارثية»[1] نموذجها الشبيه جداً بـ «توتاليتاريات» العالم الثالث. ذلك ظلَّ المسكوت عنه أقوى مما يشيعه الخبر الرسمي المحمول على صهوة الإمبراطورية الإعلامية الهائلة. وقد لاحظ الكاتب اليساري الأميركي جيمس بترارس أنَّ الفاشية حُلّت على المجتمع الأميركي بوجه ودود: من دون محاكمات نورنبورغ، أو مبادئ التفوق العنصري، ومن دون أحزاب ممنوعة رسمياً، أو إبطال للدستور، لكن بالحماسة القومية نفسها، والقوانين الدكتاتورية الاعتباطية، والغزوات العسكرية العنيفة. يضيف: بعد الحادي عشر من أيلول ظهرت أميركا من داخل فبدت كمياه راكدة سقطت عليها صخرة ضخمة. كل شيء راح ينكشف على الملأ، فلم تعد القيادة السياسية العليا تملك الزمن الذي يمكِّنها من استعادة «مقولة القلعة الآمنة» بالسرعة القياسية المطلوبة لدولة عظمى كأميركا[2].

الحاصل بعد سقوط برجي نيويورك كما يبيِّن بترارس أنَّ علامات دولة البوليس في الولايات المتحدة بدت واضحة في كل مكان. وأنَّ صفة الدولة الشمولية التي يتحول فيها المجتمع المدني إلى شبكة من المخبرين السريين، هي صفة أميركية بامتياز. ولعل أبرز المعلومات التي استعصت على شبكة الإعلام الأميركي الموجَّه، أنَّ مكتب التحقيقات الفدرالي (F.B.I) حضَّ كل مواطن أميركي (بعد 11 أيلول) على التبليغ عن أي سلوك مريب يقوم به أصدقاء وجيران أو أقرباء ومعارف غرباء. والحصيلة أنَّ ما بين أيلول وتشرين الثاني 2001 تمَّ تسجيل ما يقارب سبعمائة ألف اتهام لآلاف الشرق أوسطيين من الجيران وأصحاب المحلات التجارية المحلية والموظفين (كما) وُجِّهت إليهم التهم، مثلما حدث مع العديد من المواطنين الأميركيين الآخرين. لم تقد أي من هذه التهم إلى أي معتقل أو حتى إلى معلومات متعلقة بـ11 أيلول. وعلى مدى الشهور الآتية على الحادث قامت الشرطة الفيدرالية بالتحقيق مع مئات وآلاف من الأشخاص الأبرياء ومضايقتهم. عشرات الملايين من الأميركيين أصيبوا بهوس الخوف من «الإرهاب» في عملهم اليومي، وفي أثناء التسوق وخلال فترات الراحة. لقد أحجم الناس عن نقد الحرب أو الحكومة، حتى لو كان بألطف العبارات، خوفاً من أن يوصموا بمؤيدي الإرهاب، أو أن تكتب التقارير بحقهم، أو أن يتعرضوا للتحقيق،

[1]- نسبة الى الوزير جون مكارثي الذي تولى قمع حركات المعارضة والحركة النقابية الاميركية في الخمسينيات من القرن العشرين وأدت أعماله الى تحويل المجتمع السياسي الأميركي الى مجتمع استبدادي يشبه إلى حد بعيد الدول الاستبدادية في العالم الثالث.

[2]- جيمس بترارس، حراك دولة البوليس في كل مكان، ترجمة ناصر ونوس – راجع جريدة النهار 2002/6/12.

أو أن يفقدوا عملهم. ولكي يعيد فرقاء البيت الأبيض والبنتاغون ووكالة المخابرات المركزية والـ إف بي آي (الوجه الودود) للتوتاليتارية الداخلية جرى إلقاء المسؤولية والتركيز على العرب خاصة المسلمين منهم بوجه عام. وبحسب جيمس بيترارس إنَّ الفاشية «الودودة» التي وصفت بها الولايات المتحدة الأميركية بالداخل مارست لعبة مزدوجة حيال هؤلاء «الغرباء»: هي تعتقلهم وتحقِّق معهم وتتهمهم وتستهدفهم ـ بينما ينادي خطابها الشعبي بفضائل التسامح والتعددية الدينية. ليست مبادئ التمييز العنصري واضحة للعيان، لكن التصوير العنصري لـ«الشرق أوسطيين» هو نهج عملي ثابت ومقبول تقوم به الشرطة الفيدرالية، والحكومية، والمحلية. إنَّ الكثافة العالية للجماعات العربية، كما هي الحال في ديربورن، ميتشيغان، يظهر كأنهم يعيشون في غيتو، بانتظار مذبحة تدبر لهم وتحل بهم. ويرى رئيس مكتب التحقيق الفيدرالي أنَّ جميع الجمعيات العربية الخيرية والأهلية وغيرها تدعم الإرهاب، وهي موضوع تحقيق وأعضاؤها أهداف للاعتقال. لقد خلقت الحملات العنيفة لدهم ممتلكات الجماعات الأهلية عقلية حصار، وأثارت حملة رجال الشرطة أشد الغرائز عنصرية وحرَّضت اندفاع الإهانات والعداوات الأهلية[1].

ولبيان آلية توظيف هذا الاعتقاد الديني في حقل الممارسة السياسية نشير إلى أن ثمة لاهوتيات وطوائف عديدة ومتشعبة تؤمن بهذه الفلسفة الانقضائية التدميرية. لكن الأكثر نفوذاً على الصعيد السياسي ـ كما يبيِّن بترارس ـ هم أولئك المعتنقون لأفكار اللاّهوتي الأنجلو ـ إيرلندي جون نيلسون داربي الذي نشر في منتصف القرن التاسع عشر فكرة التفسيرات الحرفية للكتاب المقدس. وهي التفسيرات التي قدّمت ترتيباً زمنياً مفصلاً لنهاية العالم الوشيكة. لقد قسَّم داربي التاريخ إلى مرجعيات تحدّدها كيفيات التدخّل الإلهي. وأعطى سفر الرؤيا في العهد الجديد أهمية لم يعرفها من ذي قبل. كما بشّر بقرب تحقيق النبوءات لجهة عودة اليهود إلى فلسطين والمجيء الثاني للمسيح الذي يليها[2].

لم ينأ فريق المحافظين الجدد عن تسويق هذا الاعتقاد حين أمسك بناصية الإعلام والسلطة قبل الحادي عشر من سبتمبر وبعده. فثمة كثيرون منهم يؤمنون بذلك ويزعمون أنهم باعتماد استراتيجية التدمير المفتوح، للنظام العالمي، وهو ما عرف بنظرية «الفوضى الخلاَّقة»، إنما يمهّدون السبيل للقيامة الكبرى للمخلّص. ومنهم من ذهب إلى مخالفة داربي ـ كفرقة «الإعاديين» ـ واتهامه بتحريف النصوص الكتابية وتشويهها.

---

[1]- جيمس بترارس، مصدر سبق ذكره.

[2]- المصدر نفسه.

وهؤلاء لا يبنون إيمانهم بعودة المسيح على أساس النبوءات الكتابية، وإنما على الفعالية السياسية. ففي رأيهم أن المجيء الثاني للمسيح لن يحدث، قبل أن يهيئ العالمُ مكاناً له. ويرى «الإعاديون» الذين يتمثل الحكام الحاليون للولايات المتحدة، الكثير من آرائهم الميتافيزيقية، أن الخطوة الأولى لتهيئة العودة (عودة المسيح) هي «مَسْحَنَة» أميركا، وبالتالي «مَسْحَنَة» العالم كله. وبالتالي فإن النية الرئيسة للسياسات المسيحية ـ بحسب اعتقاد هؤلاء ـ هي ضمان الغلبة على الأرض لملكوت المسيح. ويتفق الأميركيون المناهضون والمعادون لمثل هذه المبادئ على أن الحركة المعروفة باسم اليمين المسيحي أو «المتديّن»، تمثل أكبر خطر منفرد على قضية الفصل بين الدين والدولة. ذلك لأن منظمات هذه الحملة اللّاهوتية، الايديولوجية الشرسة تسعى جاهدة إلى فرض الآراء المسيحية الأصولية عبر إجراءات حكومية على جميع الأميركيين، وتالياً على قطاعات كبيرة في العالم. فتحقيق السيادة المسيحية يتطلب إلغاء الفصل الدستوري بين الدين والدولة.. والاستعاضة عن النظام الديمقراطي بحكومة ربّانية (ثيوقراطية) تحكم بالقانون التوراتي. كما يوجِبُ إنهاء جميع البرامج الاجتماعية الحكومية، لكي تتولى الكنائس هذه الرعاية. يقول غرانت استطراداً «إن فتح العالم هو ما كلّفنا المسيح بإنجازه. علينا اكتساب العالم بقوة الإنجيل، وعلينا ألاّ نقبل بأي شيء أقل من ذلك. إذ فقط عندما يتم الفتح الشامل يمكن للمسيح أن يعود»[1].

3 - رهاب الإعلام الألكتروني

يعد الإنترنت وسيلة اتصال لا غنى عنها في الولايات المتحدة، حيث كل أميركي من اصل اثنين موصول على الشبكة، وحيث 50% من المستخدمين يملكون وصلات ذات كفاءة عالية. غير أن أحداث الحادي عشر من أيلول (سبتمبر)، ولجوء الإرهابيين المفترض للإنترنت من أجل الاتصال فيما بينهم وتحضير عملياتهم، أدى الى تغيير ملحوظ في تعاطي الحكومة الأميركية مع الشبكة. وعليه فبعد بضع ساعات فقط من الاعتداءات عمد مكتب التحقيقيات الفدرالي FBI الى استخدام مقرات مزودي خدمات الإنترنت الرئيسيين Earthlink ،AOL ،Hotmail، في البلاد على سبيل التحقق من تبادل محتمل للمعلومات بين الإرهابيين عبر البريد الإلكتروني. لقد أكدت الصحيفة عبر الانترنت Wired في تحقيق أجرته، أن عملاء الشرطة الفدرالية حاولوا أيضا تركيب نظام المراقبة الإلكتروني Carnivore الذي سمي من جديد DCS1000 على أجهزة توزيع الخدمات الرئيسة الخاصة بمزودي الخدمة عبر الانترنت المتمركزة في الولايات المتحدة. ووفقاً لصحفيين من

[1]- المصدر نفسه.

صحيفة Wired فإن «عملاء من الشرطة الفدرالية قد تقدموا لتركيب أجهزتهم، ووعدوا بتحمل كافة تكاليف التركيب والتشغيل». ويبدو أن الشرطة الفدرالية قد طالبت مسؤولي شركات الإنترنت العملاقة هذه، بالحصول على جميع المعلومات المتأتية من حسابات على الإنترنت يتضمن عنوانها كلمة «الله»، كما يبدو أن جميع مزودي الخدمة قد حذوا حذو Hotmail وتعاونوا بشكل كامل مع أجهزة الأمن الأميركية[1]؟

إذا كانت السلطات تحاول ضبط تداول المعلومات عبر شبكة الإنترنت ومراقبة ما يُقال ويُتداول، فهي في الحقيقة تسعى لاستغلال الانترنت في سبيل تأمين الدعاية للولايات المتحدة فيمحاربتها للإرهاب. في هذا المجال أعلنت صحيفة New York Times أن مكتب التأثير الاستراتيجي OSI Office of Strategic Inflience، كان يقترح اللجوء إلى نشر معلومات زائفة لدى وسائل الإعلام الأجنبية لا سيما بنشرها على مواقع إنترنت مزيفة يديرها في الواقع هذا المكتب نفسه، أو عن طريق رسائل الكترونية موجهة الى صحفيين أو مكاتب تحرير. ولقد أكد الناطق باسم البيت الأبيض آري فليشر، وذلك على أثر الاستنكار الكبير الذي أثاره هذا الخبر، أن الرئيس بوش كان يجهل كل شيء حول مشروع مكتب التأثير الاستراتيجي OSI، وقد أمر بإغلاقه بحجة ـ حسب دونالد رامسفيلد ـ أن «البنتاغون لا يكذب على الشعب الأميركي ولا على الجمهور الأجنبي»[2].

وفي بداية شباط(فبراير) 2002 أعلن رسمياً الصحافة عن افتتاح مكتب جديد داخل البنتاغون سُمي «مكتب مراقبة المعلومات». وهذا المكتب مكلف بتطوير تقنيات جديدة تمكن من اكتشاف تصرفات قد يقوم بها إرهابيون محتملون، كعمليات الشراء عبر الانترنت بواسطة البطاقة الزرقاء أو إجراء جوازات للسفر، وتتم العملية عن طريق فرز المعلومات المتعلقة بتصفح الإنترنت، وتقوم وزارة الدفاع بتمويل هذا البرنامج بمبلغ 200 مليون دولار سنوياً. ثم إن هذه الأنظمة المطورة، حسب جون بويندكستر مدير هذا المكتب، ستمكن المحللين من انتقاء المعلومات المتعلقة بالسفر الى مناطق تُصنف أنها خطر، ومن التعرف إلى الرسائل الألكترونية والتحويلات المالية المشبوهة. وتُلتقط المعلومات بواسطة أجهزة تسمح لوكالات الاستخبارات، بعد موافقة الحكومات والشركات، باستخلاص المعلومات بشكل مستمر، وقد سمى معارضو هذا البرنامج «البرنامج على طريقة أورويل». تتفق عدة منظمات للدفاع عن الحقوق الشخصية أن المعلومات ذات العلاقة

[1]- الإنترنت في أميركا- «مكارثية» ما بعد 11 أيلول- تقرير هيئة تحرير «أنترنت تحت المراقبة» نقلاً عن موقع www.rsf.org
[2]- للوقوف على أبرز ما جاء على لسان وزير الدفاع دونالد رامسفيلد في هذا الخصوص، راجع التحقيق الذي أجرته صحيفة «نيويورك تايمز» حول نشاط مكتب التأثير الإستراتيجي التاسع لوزارة الدفاع الأميركية في 2002/2/19.

بأشخاص لا علاقة لهم بالإرهاب والتي ليس للدولة أن تعلم بها، سيتم استخراجها حكماً. ووفقا لمارك روتنبرغ مدير مكتب EPIC، فإن السلطات ستجد بحوزتها معلومات لم يكن يصل إليها حتى هذا الحين سوى السلطات القانونية في إطار البحث في الجرائم، وهو يدين واقع ألا يكون ثمة هيئة مكلفة بضبط المعلومات التي يتم جمعها بهذا الشكل[1].

مع سيطرة المحافظين الجدد على البيت الأبيض، ولا سيما منهم أصحاب النزعة الدينية، ستمتلئ الفضائيات ووسائل التواصل الإلكتروني بخطاب لاهوتي يمجِّد الذات الأميركية ويشهر العداء للإسلام والمسلمين

وفي إثر «زلزال 11 سبمبر، سينبري عدد من العاملين في الميدان الاستراتيجي، إلى توصيف السلوك الإعلامي الذي مارسته الولايات المتحدة تجاه العالم بأنه تطبيق للحرب العالمية الرابعة بامتياز. فإذا كانت الحربان العالميتان ـ الأولى 1914 والثانية 1945 والثالثة هي ما عرف بـ «الحرب الباردة» (1945 - 1990). فإن الحرب العالمية الرابعة هي تلك التي لا تنفك تجتاح عالم اليوم، عبر الميديا الفضائية وثورة الاتصالات بتقنياتها المختلفة. وقد خلع السياسيون والاستراتيجيون الأميركيون على هذه الحرب التي سوّقتها محطات إعلامية كبرى أوصافاً عدة مثل: «الحرب الشاملة على الإرهاب»، و«الحرب الاستباقية»، و«الحرب اللامتكافئة »، و«الحرب ضد الفوضى»، و«الحرب الدائمة» وأخيراً «حرب الجيل الرابع»[2].

غير أن هذه الأوصاف والتسميات تندرج على الجملة، في وعاء استراتيجي واحد، حيث راحت تظهر معالمه بقوة بعد الحادي عشر من أيلول/سبتمبر 2001. وأياً تكن التأويلات التي أخذ بها الخبراء منذ ذلك الوقت، فإن الوظيفة المرصودة للحرب العالمية الرابعة تقوم- بحسب الاستراتيجي البلجيكي ف.ب. هويغيه (F.B. Hoyghe)- على ثلاث مزايا[3].

- **المزية الأولى:** استراتيجية ومادية، وهي تعني حرمان الخصم من قواه، من قَبل أن يتمكن من الوصول إلى الولايات المتحدة وذلك عبر تدمير قواعده الخلفية.

- **المزية الثانية:** رمزية ورادعة: وتعني، توجيه رسالة قوية للإرهابيين وللديكتاتوريين، وإفهامهم

[1]- «نيويورك تايمز»، المصدر نفسه.

[2]- محمود حيدر ـ لاهوت الغلبة ـ التأسيس الديني للفلسفة السياسية الأميركية ـ دار الفارابي ومركز دلتا للأبحاث المعمقة – بيروت 2009 – ص 194.

[3]- ف.ب. هويغيه – الجنون الإستراتيجي في الحرب العالمية الرابعة- ترجمة جورجيت حداد- فصلية «مدارات غربية» العدد الثاني – صيف 2004 – نقلاً عن Observations d’infostratégie aobsintostrat@club- internet.Fr.

أن الولايات المتحدة سترد على أي ضربة. وبالتالي إحباط مشاريعهم ومنع انتشارها عبر الخوف من القوة العظمى.

- **المزية الثالثة:** إيديولوجية وسياسية: وتعني نشر الديمقراطية في العالم. ذلك أن ترويع أعداء أميركا ليس سوى مقدمة لنشر الحكم الصالح في الكرة الأرضية كلها، وتعميم السوق وحقوق الإنسان. فالمشروع الحربي الأميركي يهدف، وفق التعبير المعتمد، إلى جعل العالم مكاناً أكثر أماناً للديمقراطية. وهذا يعني بشكل خاص جعل هذا العالم آمناً للولايات المتحدة.

إن هذه المزايا التي شكلت «الهندسة اللاهوتية» للجيل الأخير من حكام الولايات المتحدة، كانت جاهزة لتبرِّر حروبهم على عوالم، كان من المستحيل تكييفها أو مطابقتها، لقواعد العمل الأميركي في العالم إلاّ بالقوة. لكن المحافظين الجدد لم يكتفوا بعد الحادي عشر من أيلول 2001 بإشهار الحرص على أهمية مثل هذه الاستراتيجية، بل إنهم قطعوا شوطاً إضافياً في الطريق الذي يمنح «جنونهم الحربي»، بُعْدَه الرسولي. وثمة اعتقاد راسخ لدى هؤلاء يقوم على الادعاء بأن هناك استثنائية أميركية قوامها، أن ما لا يحقّ لسواها في القانون الدولي وشرعة الأمم المتحدة، إنما هومباحٌ لها. لذا لا ينفكون يعلنون أنهم يريدون الإمبراطورية. ولكن- كما يزعمون- هي أمبراطورية خيِّرة لا تسعى إلى اغتصاب أية أرض، ولا إلى ظلم أحد. إنهم يكررون أيضاً، أن على الولايات المتحدة، الدفاع عن مصالحها، (ولكن هذه المصالح تتوافق ـ وأيضاً، حسب زعمهم ـ مع تحرير البشرية، وبالتالي مع منطق التاريخ...[1].

4 - بروباغندا إعلامية: النصر أو الإبادة

عندما كتب ريتشارد بيرل[2]، الذي لقّبه، المعجبون بأفكاره، بـ « أمير الظلام »، «ليس من حل وسط لأميركا، إما النصر وإما الإبادة»، لم يكن كلامه هذا، من قبيل الغلواء الساذجة. كان يعني في العمق الطريقة التي ينبغي على الولايات المتحدة ألاّ تحيد عنها، وهي تؤسس للقرن الحادي والعشرين.

كان بيرل يرمي، إلى ما سبق للفيلسوفة الألمانية حنّة أرندت (Hannah Arendt)، أن رمت إليه، وهي تلاحظ مسارات حرب فيتنام: «يجب أن نعمل ليس على غزو العالم، بل على التفوق في معركة تستهدف عقول الناس»... وكانت تقول «إن هذا الشيء هو أمر جديد في هذا الكمّ الهائل من

[1]- هويغيه – المصدر نفسه.
[2]- أحد أبرز المنظّرين لنظرية الفوضى الخلاّقة في طاقم المحافظين الجدد وأحد مستشاري الرئيس جورج دبليو بوش في ولايته الثانية.

الجنون البشري الذي سجله التاريخ...»[1].

المعلقون على كلمات ريتشارد بيرل الأثيرة، ذهبوا في الاستدلال إلى «بؤرة المعنى»، فوجدوا أن المحافظين الجدد، باقتناعهم، أن على الولايات المتحدة، إزالة محور الشر أو الزوال، وبتغذيتهم خطاب السيطرة المطلقة باسم وضعية الضحية، إنما يضعون أنفسهم عن قصد في السياق الصوفي، بينما هم يُتهمون غالباً باللاأخلاقية.

مثل هذه الإشارة، تنطوي على أهمية خاصة، لجهة تشكّل العمارة الإيديولوجية المركبة للاّهوت السياسي الأميركي، وللاهوت المحافظين الجدد بصفة مخصوصة. فالغلو الإعلامي الذي يطفو على سطح الزمن الأميركي الجديد، ويكسو لغة «حكماء البيت الأبيض»، يترجم تلك العمارة الإيديولوجية في ذروة مراتبها.

قد يكون من السخف إرجاع خطاب الحرب الشاملة ضد «الإرهاب» و«الدول المارقة»، إلى «سذاجة» مزعومة، أو إلى «وحشية» أميركية. فالحقيقة أن فعل مثل هذه السياسة لا يعاني قلّة التمحّص بقدر ما يعاني الغلو الإيديولوجي. فالإيديولوجيا، على ما هو معروف، هي في بعض المجالات قناع للمصالح. وهي التي تحدد أيضاً، ما يعتبره كل واحد، أنها مصالحه. ثم إنها تقود أحياناً إلى توسّع في الوسائل بالنسبة إلى الغائيّات، وبالتالي إلى مقاومة مثلث الإرهاب والاستبداد والتكنولوجيا المنتشرة لأسلحة الدمار الشامل. وبهذا المعنى فإن في الايديولوجيا التي تمثّل أهواء الجماعة البشرية، جانباً احتفالياً تدّعي إقامة حقيقة أكثر واقعية من الحقيقة، وذلك بقوة الخطاب وحده. وهذي هي بالضبط، حقيقة المحافظين الجدد[2].

لعل من أبرز مفارقات الانتشار الإعلامي بعد الحادي عشر من سبتمبر، أن المخططات والبرامج الاستراتيجية التي تحكم النزاعات الدولية، باتت سلعة إعلامية عبر الأثير. وهذا لا يعود بالطبع إلى شعور مراكز القرار بلا جدوى أهمية الاحتفاظ بالأسرار. بل على العكس فإن كثيراً مما كان يعدّ سراً استراتيجياً أصبح مادة للتسويق بما يؤديه من خدمات للمصالح العليا. وهذا ما حصل بالفعل عندما تحولت شاشات التلفزة العالمية إلى نوادٍ للمناظرات حول قضايا في غاية الحساسية والخطورة. فقد أعلن المحافظون الجدد المتحلقون حول الرئيس بوش عناصر التفكير الاستراتيجي، لجيل الحرب العالمية الرابعة (G.W.O.T) بمجموعة من المبادئ، جاءت على الوجه الآتي:

[1]- حنة أرندت - فيلسوفة أميركية من أصل ألماني. انظر كتابها: الثورة والحرية - رأي في الثورات - ترجمة خيري حماد - دجار الكتب والوثائق القومية - القاهرة - 2011 - ص 161.

[2]- ف.ب. هويغيه - مصدر سابق.

أولاً: العدو فريد ومطلق وإنه يتألف من هؤلاء: الإرهابيون، السلفيون، الشيعة، الاستبداديون، البعثيون، الأنظمة الإسلامية، الديكتاتوريات ما بعد الشيوعية، وهي كلها متساوية- بنظر المحافظين الجدد- لأنها تؤلّف الخطر نفسه.

ثانياً: لا فرق بين النية العدائية والقدرة العدائية. بين التنفيذ والنيّة، بين الجريمة والسلاح. فالحرب دائمة. من هنا، ضرورة الوقوف على كل الصعد ضد أي خطر متوقع، سواء جاء من عدو معلن، أو من منافس محتمل.

ثالثاً: الكرة الأرضية هي ساحة المعركة. لم يعد هناك منطقة محميّة (أرض الولايات المتحدة لم تعد مقدّسة). فالخطر، خصوصاً الإرهابي، قد يأتي من كل مكان من دون أن تُكبح عوامله باعتبارات السيادة أو توازن القوى. على العكس، يجب القيام- بحسب هؤلاء- بالهجوم على أرض الخطر في العالم العربي والإسلامي، وزعزعة الأنظمة السيئة.

رابعاً: السلاح، يجب احتكاره. وإذن يجب القيام بالحرب للقضاء على الأسلحة. من هنا، أهمية مسألة أسلحة الدمار الشامل.

خامساً: الخطر يناقض متطلبات الأمن المطلق. من هنا، الضرورة المزدوجة، للمراقبة الشاملة والقدرة على الرد ضد كل المخاطر. وهذا يقود إلى قيام العلم بكل شيء، كما يقوم على الشعور بامتلاك قوة كلية القدرة والجبروت..

ببساطة شديدة، تبدو عقيدة «الجيل الرابع»، عقدية مركبة. فهي تخلط- كما رأينا- بين العناصر (المبادئ) الخمسة (العدو، نية العدو، الأرض، السلاح، والخطر)، ضمن مفهوم واحد. وبصورة أوضح، فإن هذا المفهوم، مفهوم يرمي إلى إزالة كل الأخطار المحتملة دائماً وفي كل مكان. وبما أن توازن القوى لا يزال بصورة واسعة لمصلحة أميركا، والعدو لا يمكن ردعه بالخوف من العقاب، كما كانت حال الاتحاد السوفياتي، فإن المعركة ليس لها في الواقع سوى هدفين: الزمن والصورة.

-**الزمن**: لأنه يجب العمل بسرعة قبل فوات الأوان.

-**والصورة**: فلأن المحافظين الجدد مقتنعون بأن 11 أيلول/سبتمبر، هو ثمن الخطأ الماضي في عدم القدرة على ترويع العدو[1].

[1]- هويغيه – المصدر نفسه.

5 - لاهوت الإعلام كسلاح مطلق

أكثر ما يحمل اللاّهوت الإعلامي الأميركي على الغبطة، حين يجد من مأثورات الحداثة، ما يسوّغ له أفعاله، ويضفي عليها صفة المشروعية. ومع صعود المحافظين الجدد سيأتي من يستعير من موروث الحرب العالمية الثانية، ما يؤدي قسطاً من هذه المهمة. ولقد كان على وزير الدفاع الأميركي في عهد الرئيس جورج دبليو بوش دونالد رامسفيلد وهو ينشئ ذرائعيته لحرب العراق، أن يتذكر هذه الكلمة الشهيرة لونستون تشرشل قالها الأخير في العام 1944: «إن الحقائق الاستراتيجية تحتاج في كثير من الأحيان، لأن تكون محميّة من جانب «حرس من الأكاذيب». وهذه المأثورة، التي ستتحول في الثقافة السياسية للمحافظين الجدد، إلى ما يشبه الأطروحة، ليست بعيدة من فلسفة التبرير الذي هو سمة راسخة في التاريخ الأميركي. وهو ما سيُظهر لنا، بما لا يقبل الغموض، الطريق الذي تمتزج فيه الأكاذيب السياسية بالحقائق الاستراتيجية[1].

كثيرون ممن يأخذون بهذه الاستعارة الذرائعية، هلّلوا لرامسفيلد في كشفه الجديد، لكن بالنسبة إلى ناقديه، سواء في واشنطن أو في بقية عواصم الغرب، فإن هذه الأطروحة تعيد استثارة تاريخ الفلسفة الحديثة أكثر مما تستثير تاريخ الحرب العالمية الثانية[2].

مع ذلك، فإن الأخذ بها من جانب فريق البيت الأبيض، يجري على سبيل دفع الحجة، بعدما بلغ سيل الانتقادات والتّهم حداً غير قابل للتراجع. ففي خلال الأعوام التي تلت سقوط بغداد شاعت عبارة «حرس من الأكاذيب»، للتدليل على دور الأجهزة الاستخباراتية والإعلامية، في إقناع الرأي العام، بدوافع الحرب، وتسويغ نتائجها على الرغم من موجات الاستنزاف والخسائر التي يتعرض لها جيش الاحتلال، سياسياً وعسكرياً ومعنوياً.

لقد امتلأت الفضاءات الإعلامية بما لا حصر له من الوثائق، والصور، والمعلومات حول وجود أسلحة الدمار الشامل، وحول علاقة نظام صدام حسين المنهار بتنظيم القاعدة، وبأحداث الحادي عشر من أيلول/سبتمبر، لكن سيأتي بعد أسابيع قليلة من داخل مراكز القرار في الولايات المتحدة، من ينظر إلى كل ذلك على أنه محض «أكاذيب». وسيمضي عدد من الباحثين الأوروبيين إلى القول: «إن أهداف الحرب التي أعلنت عنها واشنطن لا يظهر فيها أي تماسك منطقي. أما أفضل الحجج الفكرية الدافعة للحرب فهي كانت على العموم التكتم والنكران...»[3].

[1]- John.G.Mason، Guerre d’irak et guerre Culturelle، Le revue Critique – No 682- mars 2004

[2]- Mason، IPID.

[3]- هويغيه – الجنون الإستراتيجي في الحرب العالمية الرابعة – مصدر سبق ذكره.

سعت إدارة المحافظين الجدد مستغلة تدمير برجي التجارة العالمية في نيويورك، إلى توسيع دوائر التضليل تحت شعار «الاتحاد من أجل السلام». ومؤدّى هذا الشعار الذي يطوي في ثناياه آليات مبتكرة من الديماغوجية السياسية المحكمة، هو إعادة إنتاج قناعات لدى الجمهور الأميركي، تسوّغ الانتقادات الجادة من قبيل «بوش يكذب»، أو «هناك أميركيون يموتون». صحيح أن هذه القضية بمجملها أثارت مسألة أخرى متصلة بسابقتها، إلا أنها قد تكون أكثر إقلاقاً أيضاً، وهي الجذور الفلسفية للإيديولوجيا التي تقف على رأس «الثورة المضادة البوشية»[1]. يجمع مؤرخو الممارسة الساسية الأميركية، على وجود شغف لافت لدى قادة الولايات المتحدة، قوامه، صناعة الأكاذيب، وتشكيل حرس من المفكرين والإعلاميين، ومراكز الأبحاث لتسويغها وتسويقها.

هكذا، لقد غدت الولايات المتحدة في قلب عولمة متطلبات التبرير- كما يلاحظ آريال كولونوموس- فالدولة الأميركية هي وريثة تاريخ طويل في المجال «الأخلاقي». وطبقاً لتاريخها «الطهراني» الذي أضَفَتْهُ عليها البروتستانتينية الزهدية، حرصت على الاضطلاع بدور «منارة الإنسانية» على حد التعبير الذي استخدمه جون فوستر دالاس في الستينيات. وفي مرحلة متأخرة ستلعب عناصر جديدة في المجتمع المدني دوراً رئيساً في صعود قوي لتلك النظرة المثالية المتجددة[2].

الوجه الأبرز في المثال الإعلامي الأميركي سيجري الإفصاح عنه إثر 11 سبتمبر حين تخوض مؤسسة الحرب الأميركية حروبها ونزاعاتها الدولية والإقليمية بلغة دينية. يقول «ويليام رو» وهو أحد الذين عملوا في الخارجية الأميركية إنه بعد الهجمات التي تعرضت لها بلاده في 11 سبتمبر أصبحت أنباء الحرب ضد الإرهاب تهيمن على وسائل الإعلام الأميركية على حساب القضايا المحلية والأجنبية الأخرى. وكرست الصحف الأميركية العديد من صفحاتها لنشر المعلومات المتوافرة، عن حياة وخلفية المشتبه بهم من الخاطفين الذين نفذوا الهجمات. وبدأ الكتّاب الأميركيون يركّزون في مقالاتهم وموضوعاتهم وكتبهم على الإسلام السلفي في المملكة العربية السعودية أكثر من أي يوم مضى. وهذا يعود الى أنها الدولة التي جاء منها معظم المشتبه بهم في الهجمات. وبث وسائل الإعلام الأميركية آراء لكتاب وخبراء أميركيين يوجّهون فيها اللوم للسعودية والدول الشرق أوسطية الأخرى. لأنها ـ على حد زعمهم ـ وفرت البيئة الملائمة لولادة نشاط الإرهابيين. ويعزون ذلك إلى المناهج التعليمية الدينية في تلك البلدان وغياب الديمقراطية وحرية التعبير[3]. إن ما يريده

[1]- IPID.

[2]- آريال كولونوموس – ماذا لو أصبح العالم بروتستانتياً؟- ترجمة جورجيت حداد – فصلية «مدارات غربية» العدد الاول – أيار (مايو) 2004.

[3]- ويليام رو، الاختلاف بين وسائل الإعلام العربية والأميركية «الاتحاد» الظبيانية 2002/1/30.

الكاتب الأميركي من ذلك هو التأكيد على انخراط الإعلام على الجملة في الحملة الحربية التي تقودها بلاده بقطع النظر عن صدق مسوّغاتها. وإلى هذا يشكل هذا النموذج الأميركي للإعلام صورة درامية عن تدهور الحالة العالمية وبؤسها. وعن التناقض الصارخ بين نظامين من أنظمة القيم. بين نظام التوازن الذي ساد الحرب الباردة وبين التجريبية العالمية المحكومة بما يسمى نظام الفوضى[1].

السؤال الذي يثيره الخبراء في سياق تحليلهم تعامل وسائل الإعلام الغربية والأميركية مع مقولة الإرهاب يبدو على الشكل الآتي:

هل يأتي يوم قد لا يجد الغرب فيه ذريعة لمعاركه الإعلامية والثقافية مع العرب والمسلمين سوى شعاره المستحدث «الحرب على الإرهاب»؟

6 - ديانة الغرب الجديدة

في الإجابات المقدمة حول هذا السؤال تبين أن الفكر السلطوي في الغرب، استنفد أكثر مخزونه المعرفي في سياق اجراءات الهيمنة التي شغلته على امتداد الأحقاب الكولونيالية المنصرمة. وبعد تفجيرات 11 سبتمبر أصبحت الولايات المتحدة على وجه التحديد أسيرة مفارقة مقلقة: «إنها مطلقة الهيمنة ومطلقة العزلة في الوقت عينه» كما يقرر وزير الخارجية الأسبق هنري كيسنجر[2].

لقد لاحظ عدد من الباحثين في فلسفة «الميديا» المعاصرة أن لا شيء أكثر مدعاة لغواية التدخل المتجدد في المجتمعات العربية والاسلامية من ذريعة الحملة على الإرهاب والقضاء عليه. ولقد أفلحت الصناعة الإعلامية الغربية في إنجاز مساحة وازنة من عمليات توظيف ثقافة العنف على مدى عقود متواصلة. والمفارقة التي تظهر عند هؤلاء هي أن الإرهاب لم يعد مجرد مفردة وافدة من خارج، بل هي ستغدو مقولة تُسوَّق ويعاد إنتاجها بشغف نادر من جانب النخب المحلية. ولو كان لنا أن نمضي في استبيان القضية المطروحة لقلنا إن المشكلة لا تمكث في المبدأ الأخلاقي للموقف الذي يدين العنف الأعمى، فهذا من بديهيات الفطرة الإنسانية أنىَّ كانت انتماءاتها وهوياتها القومية والدينية والحضارية، وإنما في سياق الغزو الثقافي الشامل الذي يلعب فيه الإعلام دوراً حاسماً. المشكلة إذاً، تكمن في السياق الذي تندرج فيه مقولة الإرهاب بوصفها مقولة صنعها العقل الغربي ومهَّد لها أرض المشرق العربي ومغربه. ثم مضى بها إلى الحد الذي وجدت من يحملها عن ظهر قلب من المثقفين

---

[1]- ويليام رو – المصدر نفسه.

[2]- هنري كيسنجر- زلزال السيادة – جريدة واشنطن بوست- 2002/1/9.

والخطباء والمفكرين. فلو نظرنا قليلاً الى (شريط الإخبار) من أوله، لَحَقَّ القولُ «إن الحرب المفتوحة على الإرهاب، هي حرب الغرب على منتج صنعه الغرب نفسه بإتقان، ليجد له سبيلاً إلى استباحة المنطقة وتحويلها إلى ما هو ادنى الى مستوطنات تنوء بالحذر والقلق والعنف الأعمى»[1].

في السياق نفسه كتب الصحافي البريطاني روبرت فيسك مقالاً في صحيفة «الإنديبندنت»، يشير فيه إلى ما أسماه «دين الغرب الجديد» وفيه يتساءل: «لماذا لا يتوقف الغرب عن نشر القنابل وقذائف اليورانيوم المخصب على شعوب الشرق الأوسط، ولماذا لا يتوقف عن إرسال جيوشه لاحتلال أراضي المسلمين، وعن رشوة القادة العرب لسحق شعوبهم. ثم يضيف: إن العدالة لا تُصنع من المياه المالحة حيث لا يزال قادة الغرب يرغبون في أن يحكموا العالم وهم يخاطرون بأوضاعهم وسمعتهم ومستقبلهم السياسي وحياتهم. وكل ذلك بذريعة تسييل هذا المفهوم الغريب الذي يسمونه الحرب على الإرهاب، وهو في الحقيقة دينهم الجديد»[2]...

هذه الخلاصة من مقالة روبرت فيسك، تظهر ـ إلى هذا الحد أو ذاك ـ مبلغ نقد الغرب نفسَه حيال مقولة راحت تستحل البيئات الثقافية العربية وتترسخ في أعماقها. أما دلالة الأمر، فهي تتعدى البيان الإعلامي ذلك بأن سمي بـ «دين الغرب الجديد» المثقل بذرائعيته، هو ثقافة مستحدثة آخذة في التحول إلى نظرية معرفة لدى نخب واسعة جداً في عالمنا العربي والإسلامي، ثم لتتحول إلى فِتَنٍ شريدة في طول الارض العربية وعرضها.

[1]- محمود حيدر – عقيدة الغرب المستحدثة – البيان – دبي 2014/4/26.
[2]- روبرت فيسك «دين الغرب الجديد» – «الاندبندت» لندن – 2014/4/15.

الميديا الجديدة وفراسة ابن خلدون

إعادة تشكيل الخبر والمجتمع والعالم

محمود بري[*]

يتناول البحث التالي قضية الميديا بوصفها قضية سوسيو ـ ثقافية تترتب عليها متشكُّلات بنية الوعي في المجتمعات العالمية ومن بينها مجتمعاتنا العربية والإسلامية.

يسعى الباحث اللبناني محمود بري هنا إلى درس الإعلام المعاصر وثورة الاتصالات انطلاقاً من رؤية تاريخية لفعالية الخبر في تشكيل وعي الجماعة الحضارية وثقافتها.

المحرر

الرحلة العربية من الإعلام إلى "الميديا" لم تكن سهلة البتّة، بقدر تعثُّرها في الوصول بعد إلى غايتها. ولو شئنا الشفافية لقلنا إنها ما تزال إشكالية متواصلة يحتدم بشأنها جدل كبير، فضلاً عن أنها مبحث هائل متعدد الأبعاد بين ما هو معرفي وما هو تقني، وما يتصل بالتاريخ وما يرتهن للثقافة والحاضر وما يتفاعل في نفس الفرد كما في المجتمع.

لكن طالما أن الحديث بلغ عتبة الميديا، فلا جدوى بعد من الاستنقاع في عصر "الإعلام" للتعبير عن المفهوم المقصود، لأن لفظة الإعلام بالمعنى المطروق والمتعارف عليه، يبدو أن دورة الحياة قد تجاوزته، بمقدار ما تجاوزت "الميديا الجديدة" مختلف الكوادر والأطر التي وضعتها هذه الدورة للإعلام. فهذا النمط الإخباري التقليدي الموجّه والذي لطالما جرى تقديمه بمعنى "التبليغ"، وكان يجري توجيهه بداية من جانب السلطة (الدولة) إلى "الرعايا"، إنما كان يدور في خدمة الدولة إياها، ولا يلتزم لا بالحقيقة ولا بالواقع المعيش، بل بما ينبغي أن تكون عليه الأحداث

*ـ باحث في سوسيولوجيا الإعلام والتواصل ـ لبنان.

وأخبارها لكي تسهم في مسيرة السلطة وسلامة السلطان. والإعلام التقليدي بهذا المعنى كان أولاً وأخيراً إعلام السلطان أو الدولة ولسانها الذي "تبلِّغ" بواسطته رعاياها ما تتطلّبه منهم وما ينبغي عليهم معرفته والقيام به أو الامتناع عنه. بهذا المعنى كان الإعلام بمفهومه التقليدي المُشار إليه، ابن السلطان وخادمه. وعلى العكس جاءت الميديا" التي هي ابنة الفرد الاجتماعي، يسوقها كما يشاء، ويُلبِسها ما يختار لها من أزياء، ويوجهها إلى من وما يريد ويختار، بعيداً عن "عسس" الدولة وعن مصلحة السلطة. ويمكن القول إن الميديا بهذا المعنى هي ابنة المجتمعات الجديدة التي أنشأتها. فهي لسان الناس خارج متطلّبات السلطان، ولسان الفرد بوجه طاغوت السلطة ومحاذيرها، ولسان المجتمع المتحرر من قيود التقليد، المجتمع بما هو أفراد من كل شكل ومزاج. الإعلام كان "نظامياً" بمعنى ارتهانه لأسس وأهداف محددة لا ينبغي أن تُمسّ ولا أن يحيد عنها، بينما الميديا الجديدة هي الخروج على الحدود المفروضة، والتعبير، ليس عن رغبات الدولة وأوامر السلطة ومحضوراتها، بل عمّا يعتمل في صدر الفرد والتعبير عمّا يهمه بنفسه، وعن رأيه الخاص وهواه الشخصي ومصلحته الذاتية وحلمه الذي يختاره. وإن شئنا التبسيط التعميمي نقول إن الإعلام هو نشر رأي الذين فوق، بينما الميديا هي بث ما في نفس الفرد والقوم وفي الذات الفردية والجماعية.

مجال عمومي جديد

تاريخياً ارتبط مصطلح الإعلام بمؤسسات الصحافة المكتوبة، ثم انضمّت إليها الإذاعة فالتلفاز. كانت وظيفته تتمثل في إنتاج مضامين مُعدّة مُسبقاً وموجّهة لـ "الجمهور". أما الميديا فقد قفزت من بين أيدي السلطان وأدواته (السلطوية) ورقاباته العتيّة، وامتطت صهوة التقنيات الحديثة الرقمية الضاربة في عالم السيبرانية كالحاسوب والهاتف المحمول... والتي تقوم، ليس فقط بعمليات التوصيل والنقل والتواصل، بل أيضاً بعمليات النقد والابتكار والتجديد وإبتداع الآراء والمواقف والنشر. صحيح أن هذه التقنيات الجديدة أصبحت تؤدي وظيفة الصحيفة والتلفاز والإذاعة والكتاب معاً، إلا أنها تميّزت باللمسة الشخصية للفرد الذي لم يعد مُلزماً أن يكون من ضمن "النُخبة" الذين "أمسكوا ناصية" الإعلام في صورته الكلاسيكية، لكي يتمكن من إيصال صوته، وصار في إمكان أيّ كان أن يقول وينشر ما يراه، وأن يُعبرّ عن أفكاره ورغباته ومصالحه، من دون أن يكون سجين التلقّي والاستماع والتنفيذ. وهذا ما أسقط فكرة الحتمية في الخطاب الإعلامي، والتي كانت تحكم الإعلام العربي تاريخياً (على وجه التحديد) ومعه أيضاً الديكتاتوريات المشابهة، وفتح

الباب واسعاً أمام مجال إعلامي عمومي جديد يختلف عن الذي كان قائماً، مجال يصنعه المواطن وليس الدولة، وبالتالي فهو مجال عمومي حقيقي ومُعبرِّ عن مكنونات الصدور، على الرغم من مراوحته ضمن دائرة الصراعات ذاتها التي كانت تحكم المجال الإعلامي العمومي الإعلامي التقليدي. ومع التداخل والاندماج بين وسائل الإعلام الكلاسية ومنتوج الميديا وتقنياتها الحديثة، ازدهر التنافس والتفاعل بينهما، وكان في مُجمله لصالح الإنسان والحرية. فالميديا الاجتماعية هي وسط فردي دينامي يتحقَّق في الوسط الجمعي والجماهيري.

والواقع أن انتشار التقنيات الإعلامية المتصلة بالميديا الجديدة والإنترنت، أنتج عدداً متصاعداً من الإشكاليات والممارسات تختلف عما كان سائداً تاريخياً بشأن إنتاج المعنى والثقافة والسياسة والمفاهيم المتصلة بكل ذلك في ميدان إعادة تشكيل الوعي الذاتي والمشترك، وبالتالي إعادة تشكيل المجتمع. فالصحافة الإلكترونية على سبيل المثال، جاءت بخطاب صحفي مستحدث، وممارسة إعلامية جديدة، سواء من حيث إنتاج المضمون أو تأسيس علاقة جديدة مع المجتمع المتفاعل. والثابت أن هذا النوع المستجد والمتسارع من الصحافة "اللحظية" الذي اكتسح العالم كلّه، لم يولد كمُعطى مكتملاً، بل جاء بمنزلة ابتكار تقني فكري اجتماعي ثقافي متفاعل مع الذات ومع الآخر ومع الحدث، وهو ابتكار راح يتجدد في سياق غير مُتوقّع ووفق ديناميات لا حصر لها، جاعلاً من الشاشة (شاشة الحاسوب أو هاتف الجيب) نوعاً من الحلبة التي يتبارز عليها أصحاب الأخبار والأفكار بما عندهم، وأمام جمهور عشوائي لا يعرفون أفراده،وبالتالي فكأنهم يحتكمون إلى أناس لا يمكنهم رشوتهم ولا التأثير الإغرائي أو التهديدي فيهم. وهذا ما أفسح لظهور "شخصيات" جماهيرية جديدة، كل قوتها في ما تعرضه من أفكار ومواقف وما تحاجج به من آراء، بديلاً من وجوه "مُستعملة" وأسماء مشهورة وشخصيات قائمة ومُكرّسة ولا تُفسح مكاناً لسواها. وهذا كان من أخطر وأحدث ثمار الميديا الجديدة.

وجهاً لوجه أمام طواحين الهواء

لقد مثّل الفضاء الإلكتروني انفتاحاً غير مسبوق ولا مثيل له في تاريخ الثقافة العربية، وشكّل في الوقت عينه انكشافاً غير مسبوق لأمراض هذه الثقافة وعلاّتها حيث وُجدت. ومن خلال أمراض الثقافة والمعرفة والسياسة وما إليها، تجلّت أمراض السلوك والمجتمعات، وأمراض الأفكار المسبقة والعادات الطاغية والتقاليد الحاكمة. وهذا كلّه هو ما أنتج مجتمعاً جديداً بمعنى ما، هو

مجتمع هذه الميديا الجديدة المتحلل من قيود التقليد وطقوس التكرار والإعادة واجترار المُكرر المُعاد من دون أفق ولا مخرج. فبعدما كان الإعلام العربي على سبيل المثال، في مرحلة أولى، مرآة أحادية الهوية (تعبر عن وجه السلطان ووجهات نظره)، وتعكس بشكل عام وسطحي حالة جماعية لمواجهة الاستعمار والإمبريالية والشيوعية (...) تحت هيمنة واحتكار السلطة والنخبة، أصبحت الميديا الجديدة مُعبرِّاً عن هوية حرة ومتعددة ومتنوعة للعالم، وهي هوية أكثر غنى وحيوية بما لا يُقاس، على الرغم من أنها كانت (وما تزال) قيد التشكيل.

يمكن القول من دون مغالاة ولا مغامرة إن الميديا الجديدة هذه هي مصطلح العصر (القرن الواحد والعشرين) الذي نستخدمه لتعريف كل ما يمت إلى شبكة الإنترنت وعملية التواصل الهائلة والميسورة، والتفاعل بين الصورة والصوت والحركة على مسرح التكنولوجيا الضوئية التي نقلتنا إلى عالمها، على الرغم من أن الشبكة العنكبوتية تلك ما انفكّت ضعيفة حيناً وبدائية أحياناً وغير منتظمة في الغالب، في الكثير من أقطار عالم عربي لم تعد توحده... ولا حتى اللغة التي باتت تتهالك تحت وطأة اللهجات والتعابير والألفاظ والأصوات الخُلاسية الناجمة عن تزويج ألفاظ من عامية هذا البلد أو ذاك بألفاظ أخرى من الإنكليزية أو الفرنسية أو الهندية أو الأوردية...، لتوليد حقل تفاهم كلامي مُختلط متدابر متنافر... لكنه شبه مفهوم في معظم أوصاله، وهو ليس لغة عربية في النهاية. وهذا على العكس من لغة الصورة ومقاطع الفيديو مما أتاحته الميديا الجديدة، والتي لا تحتاج إلى مهارات خاصة لفهمها واستيعاب مضمونها، كأي مشهد يحصل أمام المرء في الشارع. لذلك ربما ما انفكّ الخطاب العربي الإعلامي الراهن مرتبكاً ومضطرباً في دوّامة التعامل الاضطراري مع هذه الميديا الجديدة وإرهاصاتها المتّسمة غالباً بنكهة شبابية سِمتها الأساسية الجموح خارج المُعتاد عليه. والملاحظ أن الخطاب الإعلامي العربي عانى وما انفكّ يُعاني الحيرة والإرباك أمام هذه الميديا وإنتاجاتها اليومية المتدفقة؛ ينظر إلى مستخدم هذه التقانة التعبيرية على أنه ناشط في حقل إعلامي غريب، هو بديل من الإعلام المتعارف عليه، ويستهول أو يستنكر أو يتفاجأ أو يُعجب... دائماً بما يجده في هذا النوع الجديد من الإعلام من حرية (يسميها في الغالب تفلُّتاً) وتنوّعٍ (يعتبره نمطاً من الفوضى الشبابية، على أمل أنها لن تلبث أن تهدأ)، ومن نقاشات (يراها تجسيداً للحوار داخل الطواحين الهادرة، حيث يتكلم الجميع مع الجميع، ولا يفهم أحد على أحد). وحين يعطف الإعلامي التقليدي على أبناء هذا الجنس من الإعلام البديل، يرى فيهم ضحايا لِقوى (افتراضية) عالمية (وربما إمبريالية حسب الرغبة) تقودهم لتحقيق غاياتها (الجهنمية)

وتستخدمهم للقضاء على "إعلام الأمة وثقافتها" وبالتالي على "شخصيتها الفريدة". وهذا ما يدفع آباء (بعض آباء) الإعلام التقليدي (ولِنُسَمِّه القديم) إلى العمل على مصارعة طواحين الهواء في محاولاتهم مواجهة الميديا الجديدة التي لا يملكون فكاكاً من عظيم سلطانها وتأثيرها.

صناعة الخبر في الشارع

إن تداخل وسائل الإعلام التقليدية وإنتاجات الميديا الجديدة بتقنياتها التي قرّبت المسافة بين الحدث والخبر المصوّر عنه، حتى جعلتها صفراً (كما لدى نقل حدث اصطدام الطائرة الثانية ثم الثالثة ببرج التجارة العالمي في حدث 9/11)، أدّت جميعها إلى تحويل الإنسان (في أي بلد كان ومن أي طبقة معرفية أو اقتصادية...) إلى مُتابع تشُدّه هذا الميديا وتضطره إلى متابعتها بذهول وشغف. والنتيجة المباشرة لذلك جاءت على شكل تأثّر وإعجاب بهذه الميديا، ثم ارتقت إلى مرحلة التدخل فيها والمشاركة في إغنائها أولاً بالتعليق (انتقاداً أو مديحاً)، ثم بالمشاركة في نقل الحدث، أي في صناعة الخبرفي الشارع مباشرة في مشهد حدوثه. وشيئاً فشيئاً راحت خبرة الشخص غير المحترف تتقدّم وتتطوّر حتى بات في وسعه نقل وجهة نظره بطريقة أفعل وأجدى، وصار بمقدوره التبشير بما يختاره والتحذير مما يكرهه. ومن هنا انتقل إلى ميدان المشاركة في صناعة الرأي العام. وهكذا باتت الميديا الجديدة نوعاً من المصانع الناشطة لإنتاج الرأي العام، لتحلّ بذلك، وإن على مستويات دنيا أحياناً، محل الصُّنّاع التقليديين للرأي العام من كبار المُنظّرين والمفكّرين وأصحاب المشاريع السياسية أو الرؤى من نوع "صراع الحضارات" وما إليه. وجاء التطوّر المتواصل والمستديم بلا توقّف في تكنولوجيا الميديا الجديدة ووسائلها، ليُنشيء موجة متصاعدة من التفكير المبني حول دور شبكات التواصل الاجتماعي "الفعَّال" في توجيه الرأي وصناعته، وبالتالي دورها الفاعل في إحداث تغييرات عميقة في ملامح المجال العمومي للميديا وفي مقدرته على تشكيل المجتمعات بطرقٍ جديدة. وعلى الأثر قام أباطرة الإعلام التقليدي بالمزيد من محاولاتهم للتشكيك بصدقية هذه الميديا وتبهيتها، فاتهموها بالسطحية وبالتسرّع وبعدم التعمّق وبالمغالاة وبالشعبوية... إلا أن مثل هذه الاتهامات كانت سرعان ما تتطاير وتنطفئ بمجرّد متابعة الناس لحدث ما يحصل في بلد بعيد، حيث يمكن لمن يرغب أن يتابعه لحظة بلحظة من خلال وسائل الميديا التي تصبح متيسّرة أكثر فأكثر وأقل تكلفة وبالتالي أقرب تناولاً من قِبل جماهير إضافية من المتابعين في مختلف بلدان العالم. فالأُعطيات التي قدّمتها هذه الميديا وتقدّمها تبقى دائماً أبلغ تأثيراً من كل الهجمات

ضدّها. ومن جرّاء اكتساح هذا النمط الجديد والناجح من الإخبار السريع والشامل، راح الأخصام التقليديون (ولا سيّما في المجتمعات العربية) يتوسّلون مختلف الطرق والوسائل لقطع الطريق أمام الميديا وذلك للإبقاء على كراسيهم في مواقعها على اعتبار أنهم "الصُّناع" التقليديون للرأي العام في بلدانهم من خلال الصحف أو الشاشات، وبدفع وسُلطان "الدولة" التي تستخدمهم. ونجح هؤلاء في تشكيل نسق فكري في الأوساط المحيطة بهم يعارض الدور الذي تُؤَدِّيه الميديا الاجتماعية في الحشد والتعبئة وصناعة الرأي العام، وينتقد قدراتها المستجدة في تحويل الأفكار البسيطةإلى قوى فاعلة في المجتمع. ومنهنا راحوا يقلّدون أشباهاً لهم سبقوهم هلى هذا الدرب في الغرب، ممن عادوا وعاندوا الميديا الجديدة ورموها بالحُرُم وحاولوا تكبيلها بالتشاؤم منها ومن الأدوار التي تؤدّيها في غير مصلحتهم. وهكذا طفت على السطح نظريات متهافتة وجدت من يعمل على تسويقها لمواجهة الزحف الشامل للميديا الجديدة، فاختلقوا في الغرب (ولحق بهم المعرِضون في بعض بلاد العرب العرب) ما أسموه بـ"التكنو ـ فوبيا" أو الفوبيا من التكنولوجيا. وعلى اعتبار أن الميديا الجديدة تعمل من خلال التكنولوجيا السيبرانية والأجهزة الرقمية، فقد حاول أخصامها تسويق فكرة "أن تكنولوجيا الاتصالات عويصة" وأنها مصدر عجز كثيرين عن اعتمادها، وأنها تمثّل تحدِّياً غير متكافئ لرجل الشارع، واعتداء على شخصه بذريعة أنه لا يعرف، وبالتالي فالإعلام العتيق هو الأسهل والأنسب.... إلى ما هنالك. إلاّ أن ذلك كلّه لم يؤدِ إلى النتائج المتوخاة، حيث إن المعتمدين على الميديا الجديدة ومتابعيها وممارسيها على مختلف الأجهزة المناسبة من هواتف جيب وأصناف آلات الكومبيوتر والأجهزة اللوحية، باتوا يُعدّون بالمليارات حول العالم، وهو رقم في تصاعد مستمروله الغَلَبَة... كيف لا وأن تكاليف الأجهزة والإنترنت تسير في مسار انحداري.

ليست التكنولوجيا وحدها...

لقد ثبت بالدليل العملي أن الميديا لا تتوافر بفضل التكنولوجيا وحدها. فهذه التكنولوجيا توفر أدوات جديدة للحياة التواصلية والسياسية، لكنها لا تمثل العامل الوحيد في عملية التغيير المجتمعي ولا السياسي بأي حال. ذلك أنه لا يمكن إغفال شبكة العناصر الإنسانية والمعرفية والتخصصية الـمُؤَلِّفَة لواقع الأحداث في حد ذاته. فالأحداث لا تصنعها التكنولوجيا، ولا تحديداً تكنولوجيا الإعلام والاتصال، بل تكون وليدة مجموعة مُعَقَّدة من تفاعلات "بشرية-تقنية/

humano-technical” تتحرك في مسار مستقل عن رغبة من يتابعها أو من ينقلها. إلّا أن ميزة الميديا هنا أن في وسع ناقل الحدث بالصورة والصوت أن يُركِّز على تفاصيل معينة تخدم وجهة نظره. وهذا يُشبه ما يمكن أن يفعله الكاتب في صحيفة أو المذيع عبر شاشة، لكنّ التأثر بناقل الصورة والصوت من أرض الحدث يحتفظ بسبق الأولوية، ويكون له التأثير الأبلغ، ما يعود في النهاية إلى صالح الميديا على حساب الإعلام القديم. وهذا ما دفع بالإعلام القديم إياه إلى محاولة اللحاق بالركب، فإذا بالمراسلين يتراكضون مع كاميراتهم إلى مواقع الأحداث لنقلها"على الهواء مباشرة"، الأمر الذي يتحقق النجاح فيه مرّات نادرة بالنظر إلى قُرب موقع الحدث أو بعده. إنما لا تصحّ المراهنة بكل ما في الجيب على هذا. فالميديا الجديدة ومجالات الإعلام والاتصال والممارسات المرتبطة بهما، كلها ظواهر تاريخية بطيئة التشكّل ومتغيرة في الآن ذاته، وهي أغنى بكثير من أن يطمح الإعلام القديم إلى منافستها.

والواقع أن الاهتمام الاستثنائي بالدور الذي تُؤدِّيه الميديا الجديدة في تداول قضايا الشأن العام ومناقشتها والتأثير في صناعة الرأي، يكاد يكون العلامة الأبرز في ميادين البحوث الأكاديمية حول الإعلام العصري وعلوم الاتصالات. ذلك أن الفعل الاجتماعي، بالمعنى الذي حدَّده ماكس فيبر

(Max Weber)،يكون محكومًا بالوظائف التواصلية التي تتيحها شبكات التواصل الاجتماعي بالذات. لقد وضعت هذه الوظائف شبكة الإنترنت في مقدمة الاهتمامات السوسيولوجية وظهرت كأنها الدافع الأساسي الذي أدَّى إلى إبراز دور الفرد في بناء واقعه االيومي وفي إعادة هَيْكَلَتِه على نحو ما يُسَمِّيه عالم النفس الاجتماعي كارل ويك (Karl Weick): دور الفرد الحيوي في تجسيد الواقع.[1]

اللغة أولاً...

يلاحظ أن مرحلة الانبهار الراهنة بتطور أنظمة الاتصال المندمجة وبما تتيح تحقيقه لمستخدمها، هي أشبه ما تكون بالمرحلة التي عرفها المجتمع البشري سابقاً غبّ ظهور الإذاعة ثم التلفزيون والسينما، وهي المرحلة التي ازداد فيها بشكل قوي دور وسائل الإعلام في التوجيه والتأليب، حيث ساد الاعتقاد في تلك الآونة أيضاً، ذلك أن وسائل الاتصال الجماهيري تتمتع بتأثير فعَّال ومباشر

[1]- كارل ويك هو أحد أبرز رواد نظرية النُّظم (**Theory of Organization**)، وتدور أعماله حول كيفية تَشَكُّل المعنى في النظم بصورة عامة، فهو يعتبر أن التنظيم يَتَشَكّل من التفاعلات.

على رأي الفرد وبالتالي على سلوكه. وهو اعتقاد اختزلته نظرية عُرِفَت بنظرية الرصاصة أو الطلقة السحرية، ومغزاها أن الرسالة الإعلامية بالغة القوة في تأثيرها وأشبه ما تكون بالطلقة النارية التي إذا صوّبت بشكل دقيق فإنها لا تخطئ الهدف مهما كانت دفاعاته.

واليوم أيضاً فإن مرحلة الانبهار بالتقنيات الإعلامية والاتصالية تُخَيِّم بظلالها على أدبيات الإعلام والاتصال. ويبدو وكأنّ من يمتلك حدّاً معقولاً من الثقافة الرقمية والمهارة في تشغيل أجهزة الإتصال والتواصل واستخدامها، ينتسب بطريقة ما إلى مجتمع الميديا الجديدةالمتميّز بالسرعة والتأثير والحرية الشخصية. وكل ذلك ما كان له أن يتم من دون اللغة باعتبارها الفضاء التعبيري المناسب لبناء المجتمع التواصلي وبالتالي الفكر التواصلي المتفاعل ضمن سلسلة غير متناهية من المهارات والتقانات والثقافات والسلوكيات المتداخلة بشكل يكاد يكون غير منضبط، بل وعشوائي أحياناً، وغير قابل للقياس. ومن العسير إن لم يكن من العبث العمل على محاصرة هذا الفكر أو احتوائه أو تقييده. فهو وليد نظام بالغ التعقيد ومسكون بالفوضى بحيث تستحيل مواجهته كما التنبؤ بحالاته المقبلة.

وبالنسبة لاعتبار اللغة فضاء التعبير المثالي فهذا يعود إلى ما تتمتع به من "طواعية"، ما يتيح صناعة الوضوح والتشويش في آن وحسب الرغبة، وإنتاج التوافق والاختلاف كذلك، وممارسة الاعتراف والاستبعاد، وتحقيق الإظهار والإخفاء، للتفاهم. فاللغة كما قال هايدغر (Heidegger) هي قضية الكائن وحقيقته، وهي مسكنه وبيت الوجود على حدِّ تعبيره. لذلك يدعو دريدا (Derrida) "إلى نظرة جديدة للغة، يتحول فيها الواقع إلى مجموعة من الأقنعة البلاغية". فاللغة حسب تعبيره "هي التي تُنْشِئ مفاهيمنا عن العالم، وهي التي تصنع العلم والفلسفة والميتافيزيقيا.[1]

ولذا فهو يدعو إلى "استعمال حرّ للغة بوصفها متوالية لا نهائية من اختلافات المعنى".

وفي سياق الحديث عن شبكات التواصل الاجتماعي، فاللغة هي المجال الأساسي والنسيج الأول للغلاف السيميائي الذي يتحرَّك في فلكه المجتمع. ومن هنا أهميتها من جهة وخطورة شبكات التواصل التي في وسعها (وهي لا تني تعمل على) تحديد منظومة الأخلاق والقيم المكيِّفة لحياة الناس. لذا فمن الخطل غير المُجدي التقليل من خطورة شبكات التواصل الاجتماعي كمحدد أساسي لبناء الرأي العام، في حين أن مستخدمي هذه الشبكات حول العالم يُعدّون بالمليارات،

[1]- عبد الله إبراهيم، سعيد الغانمي، عواد علي، معرفة الآخر: مدخل إلى المناهج النقدية الحديثة، (المركز الثقافي العربي، 1990)، ص 139.

وهم على تزايد متواصل. ولا ينبغي الاكتفاء باعتبار هذا التواجد اللجب والحضور الفاعل لشبكات التواصل الاجتماعي في حياة الناس، مجرّد حتمية تكنولوجية، بل ينبغي اعتباره حضوراً فاعلاً في حركة التغيير الاجتماعي، وعاملاً حاسماً في اختياراته، ومُوَلِّداً حقيقياً للفعل الاجتماعي والسياسي.

واتزاب وتويتر وفايسبوك

ولنتذكر بواكير حالة ما سُمِّي بـ«الربيع العربي» أواخر العام 2011، حين لعبت وسائط التواصل الاجتماعي ذلك الدور المركزي بالغ الأهمية في تأليب الناس وتحريك المجتمع واندلاع الثورة في تونس (بدايةً)، وسط إرباكات كبرى واجهت الحكومات والأجهزة المكلفة بحفظ الأمن. الاعتقاد السائد في أوساط باحثين ومهتمين كُثُر يؤكد أن الثورات التي قامت في سياق ما أصبح يُعْرَف بالربيع العربي ما كانت لِتَحْدُث لولا الدور الذي أدَّته شبكات التواصل الاجتماعي، على غرار تويتر وفيسبوك، في تعبئة الرأي العام في البلدان المعنية. كذلك يمكن استعادة أحداث الانقلاب العسكري الفاشل في تركيا، خلال يوليو/تموز 2016، الذي هزَّ الحياة السياسية عموماً، حيث كانت مواقع التواصل الاجتماعي أيضاً هي الوسيط الميدياتيكي القوي الذي أَنْقَذَ نظام الرئيس التركي رجب طيب أردوغان من محاولة الجيش الاستيلاء على السلطة، بعدما كان الانقلابيون من جهتهم قد استخدموا شبكات التواصل الاجتماعي إياها في سعيهم للإطاحة بالرئيس أردوغان، حين سيطروا على الوضع لوقت قصير قبل أن يستعيد النظام الزمام. والحدثان يؤكدان أمرين لا ينبغي تفويت العبرة من كلٍ منهما: الأولى تؤكد الدور الفاعل لوسائط التواصل الاجتماعي في تفجير حوادث كبيرة من وزن ما سُمِّيَ بالربيع العربي في بعض بلدان العرب أو ما شهدته تركيا من محاولة انقلابية. وهذا ما وصل ببعضهم إلى إسباغ توصيف «المعجزة» على وسائل التواصل هذه واعتبارها «مُفجِّرة الثورات». وهذه هي العبرة الثانية. إلاّ أن هذا الإرتقاء بالتوصيف إلى درك المبالغة لا يمنح المسألة صدقية ثابتة، ولاسيّما أن إفشال الانقلاب التركي مثلاً تمّ عن طريق وسائل التواصل الاجتماعي ذاتها. ويستند هذا الاعتقاد إلى الأثر الدلالي الذي يُخَلِّفُه الاستخدام العمومي للميديا الاجتماعية، حيث استخدم أردوغان يومها تطبيق فايس تايم (FaceTime) في الوقت الذي سيطر فيه الانقلابيون على القناة الرسمية التركية «تي آر تي»، وطلب من الأتراك النزول إلى الشارع لحماية النظام ومحاسبة الجناة. فهذا أكّد محدودية قدرات شبكات التواصل الاجتماعي، والميديا الجماهيرية بشكل عام، في مجال الحسم المطلق عندما يتعلق الأمر بالقضايا الاجتماعية والسياسية

الكبرى، وقضايا الرأي العام. وهذا ما سبقت الإشارة إليه بطريقة مختلفة، من خلال الإضاءة على النسيج السوسيولوجي الدقيق والمعقّد الذي تجري الأحداث والثورات والانقلابات على أساسه. ولئن ساد الانطباع بأن الحدث الذي اجتذب الاهتمام كان وليد شبكات التواصل الاجتماعي، فالأحرى ملاحظة أن وسائل التواصل تلك كانت لم تكن غير الشاشة التي بالحدث إلى الظهور وأضاءت على خفاياه وجوانبه، من دون أن تكون هي صانعة الحدث. فالميديا الجديدة ليست هي الجهة التي تصنع الأحداث، بل القوة التي تعمل على دفع الأحداث إلى الظهور مستفيدة من فعاليتها التقنية والفنية ومن فائق سرعة بثّها للمعلومات وتبادلها. ولأن الميديا هي المسرح الذي تتوافر على خشبته أشكال الحدث وخواصه وأركانه، كما هي جارية على أرض الواقع، وفي وقت حدوثها بالذات أو بعده بقليل، بفضل التكنولوجيا وأدواتها التواصلية، فهي تظهر بمنزلة المفجّر والصانع للحدث، وهو وهم يقوم على افتراض مغلوط، حيث إن وسيلة نقل الحدث وتوزيعه ليست أبداً مُسبب هذا الحدث وعلّة وجوده. وفشل الانقلاب على التركي أردوغان لم يكن حقيقة في مجرّد استخدامه تطبيق فايس تايم (FaceTime)، بل في توفّر بُنية عسكرية وشعبية موالية له تحرّكت لتلبية نداءاته.

تكمن الحقيقة الواقعية هنا في الفهم المناسب لطبيعة عمل شبكات التواصل الاجتماعي كوسط يتحقَّق في حدوده الحدث الاجتماعي ذاته. وهذه بدورها ترتبط بالفهم الأفضل لنظرية الفوضى (Chaos Theory) الفيزيائية التي برزت مطلع ستينات القرن الماضي، والتي تنظر إلى فهم النظم الديناميكية اللاخطيّة[1] بما يتيح فهمًا أشمل وأفضل للدور الذي تؤدّيه شبكات التواصل الاجتماعي في تكوين الرأي العام، خارج أطر النظريات الكلاسيكية للعلوم الاجتماعية التي كانت شائعة.

والحقيقة أن اعتماد نظرية الفوضى، بعد إفراغها من خصائصها الرياضية والفيزيائية، له الدور الأبرز في تفسير المشكلات الاجتماعية المتصلة بالإعلام الجديد عمومًا، ولا سيّما في موضوع دراسة حالة السلوك الاجتماعي الذي يحدث ضمن نظام اجتماعي دينامي لا خطي، يحمل

[1]- مصطلح النظام اللاخطي هو الذي يكون ناتجه غير متناسب مباشرة مع مدخلاته، (بينما يحقق النظام الخطي تلك الشروط). وبمعنى آخر، فإن النظام اللاخطي هو أية مشكلة يكون فيها المتغير (المتغيرات) المفترض حلها لا يمكن كتابتها كـتركيبة خطية لمكونات مستقلة. وتقع المشكلات اللاخطية في دائرة اهتمام المهندسين والفيزيائيين والرياضيين نظرًا لأن معظم الأنظمة الفيزيائية هي أنظمة لاخطية متأصلة في الطبيعة (ويكيبيديا).

خصائص الأنظمة الدينامية اللاخطية التي تسكنها الفوضى بالمعنى الفيزيائي للكلمة. فمجتمعات اليوم تتفاعل في عالم مضطرب ومشحون بالتقلُّبات السريعة والفجائية بحيث يمكن لظاهرة فردية أن تتحوّل إلى ظاهرة عامة، كما يمكن أن تتحوّل الظاهرة المحلية إلى ظاهرة دولية. ومن هنا يمكن تحقيق الفهم الحقيقي لمورفولوجيا الفعل الاجتماعي. فهذا الفعل يبقى على الدوام وليد سلسلة من العوامل المختلفة وغير المتجانسة. كذلك فهو يكون رهن دراسة الشبكات الرئيسة والفرعية التي كان تَشَكَّل أساساً ضمن حدودها.

-49 مصطفى السيد، عبد الحميد، الحيدري، عبد الله الزين، مصفوفة المصطلحات والمفاهيم في مقدمة ابن خلدون، (كلية الآداب جامعة البحرين، 2006).

الإعلام ومقبض الإثبات والإبطال

الواقع أن الإعلام العمومي لم يعمل بوصفه سلطة رابعة في الأنظمة الشمولية، ولا سيّما العربية منها على وجه الخصوص[1]، لأن مقبض الإثبات والإبطال تمْسِكه الدولة وتُحَرّكُه بالاتجاه المناسب لمصلحتها واستمراريتها، فتُثبت ما يوافقها وتُبطل ما يُلحق بها الضرر.

ومفهوم الإثبات والإبطال يعني ببساطة الإمكانية التي تحتكرها سلطة الدولة (ولاسيّما) العربية في "إُثبات" الخبر الذي تريد وإبطال الذي لا تريده، على اعتبار أن (الدولة) هي صاحبة الإعلام وبالتالي صاحبة المقياس.

والإثبات والإبطال في هذا المضمار لعبة ميدياتيكية تقتضيها سياقات فكرية- سياسية-ثقافية لترويض الرأي العام والتحكم في اتجاهاته. ولقد أصبحت الميديا الجماهيرية اليوم وكأنها هي الشبكة التي تمنح الحدث أسباب الظهور والانتشار على أوسع مدى. وهذا يعود بنا إلى الحديث القوي في مطلع القرن العشرين عن قوة الكلمة، مع ظهور الإذاعات المسموعة التي غيَّرت من أساليب التأثير في الرأي العام بشكل كبير إلى حدٍّ اعتبار الإذاعة الفاعل الرئيس في كل التغيرات الاجتماعية في تلك المرحلة الزمنية[2].

---

[1]- Hidri، Abdallah، The Fifth Estate: Media and Ethics، Journal of Arab & Muslim Media Research، (Volume 5، Issue 1، November 2012).

[2]- Jean-Tudesq، André، La Radio en Afrique noire، (Ed. A. Pedone، 1983).

ولم يلبث عنصر القوّة الوازنة أن انتقل من الكلمة المسموعة (الإذاعة) إلى الصورة (التلفزيون والسينما)، وكثر الحديث عن سلطان الصورة وقوّتها التعبيرية. وخلال النصف الثاني من القرن المنصرم راحت تتدفق الأدبيات المغالية في تمجيد دور الصورة ومكانتها وأهميتها في صوغ التعبير وتثقيل الخبر ومنحه عنصر الصدقية والإثبات. وراج الحديث على مديات واسعة عن دور الصورة في بناء الرأي العام. لكن ما اتضح فيما بعد هو أن الميديا الجديدة حازت قصب السبق في هذا المضمار.وما ينبغي ذكره أن قوة تأثير الميديا الجماهيرية السمعية البصرية، لا تنبع من بلاغتها بوصفها وسائط إعلامية، إنما من احتوائها جدلية الإثبات والإبطال، والإظهار والإخفاء. وتاريخ وسائل الإعلام حافل بممارسة هذه الثنائيات التي لاحت بمنزلة الشروط التي لا بدّ منها لتحقيق الضبط الاجتماعي والانتصار الميداني. ويتبيّن باستمرار أن فعلَ الإثبات والإبطال جدير بالفوز في تسويق الواقع ومنحه مقوّمات الإقناع، وبخاصة مع تطور تكنولوجيا الإعلام والاتصال.

اللمّاح إبن خلدون

من الضروري أن تتخطَّى الدراسات الإعلامية نموذج التفكير التبسيطي القائم على البحوث الوصفية ودراسات الجمهور التي تَسْكُنُها استنتاجات مُبرمجة مُسبقاً وبراهين بائسة لا تجيب على أسئلة المجتمع. على الدارس والباحث التَّصدِّي لفهم المشكل الإعلامي والاتصالي بذهن مفتوح على حقول معرفية مختلفة تتيح تثبيت أسس منهجية وإبستمولوجية جديدة لعلوم الإعلام والاتصال. ذلك أن الفهم المتكامل لكيفيات تحرك المعلومات وتحوَّلها من طاقة كامنة إلى قوة فاعلة في المجتمع، إنما يتطلّب تسخير مبادئ الطاقة الحركية والفيزياء الديناميكية ومبادئ الديناميات الحرارية. فالمعلومات في حد ذاتها في المجتمع هي أشبه ما تكون بالطاقة الحرارية في الجسم البشري الحيّ، تسري في مفاصل المجتمع كما الحرارة في الجسم. ووصف شبكة الإنترنت بالشبكة العنكبوتية يأخذ من هذه الزاوية معناه الحقيقي الأصفى: فكما أن اصطدام الفراشة العابرة لشبكة العنكبوت المنصوبة يُشعر ناسجها بما جرى فيُسارع (وهو الحشرة) للإمساك بالفريسة، كذلك فإن نشر الخبر على شبكة الإنترنت «يُنذر» أعداداً هائلة من الذين على الشبكة ويحثّهم على الإسراع في الاطلاع على ما حدث. وبذلك تمَثِّل الشبكة الإتصالية العنكبوتية اليوم نموذجًا تكنوثقافيًّا (Techno-cultural) لنظام دينامي مماثل للأنظمة الدينامية في الفيزياء النظرية.

هذا القدر المرتفع من التلاقي بين العديد من الحقول المعرفية في سبيل تفكيك جدلية الأدوات

الفكرية والنظرية المعتمدة في علوم الإعلام والاتصال، تدفعنا، في سبيل فهم ثابت لإشكالية الميديا الجديدة، إلى الانفتاح، ليس على العلوم الإنسانية والاجتماعية فحسب، بل كذلك على حقول العلوم الفيزيائية، النظرية والكمية، ليتسنَّى الاشتغال بها في علوم الإعلام والاتصال.

من جهة مقابلة فإن التعبيرات الفردية الجديدة التي تحتضنها فضاءات الميديا الجديدة، تحيلنا على إعادة صياغة إشكالية الهوية في حد ذاتها، وهي من أبرز إشكاليات العصر، في ظل الثورة المضطرمة جرّاء وسائل الإعلام الجماهيرية التي باتت بين أيدي أفراد اجتماعيين من خارج دوائر «القلّة الواصلة»، هذه الثورة التي تعمل في آن على تحطيم «طواطم» الإعلام التقليدي من جهة، وإعادة تشكيل المجتمع ممن جهة أخرى.

وموضوع التغيير الاجتماعي عبر الميديا الجديدة سبق أن أشار له ابن خلدون بطريقته اللمّاحة حين أشار إلى فكرة الشبكة الفاعلة في تفسيره لطبيعة تطور المجتمع القبلي، وكذلك في سياق حديثه عن مغالط المؤرخين وإهمالهم قواعدَ التمحيص في الخبر الروائي[1].

ولنقرأ مما تركه لنا ذلك العبقري الكبير ابن خلدون:»... إن صاحب هذا الفن (فن التاريخ)، يحتاج إلى «العِلم بقواعد السياسة، وطبائع الموجودات، واختلاف الأمم والبقاع والأعصار في السير والأخلاق والعوائد والنحل والمذاهب وسائر الأحوال والإحاطة بالحاضر من ذلك، ومماثلة ما بينه وبين الغائب من الوفاق أو بون بينهما من الخلاف، وتعليل المتفق منها والمخُتَلِف والقيام على أصول الدول والمِلل ومبادئ ظهورها، وأسباب حدوثها ودواعي كونها وأحوال القائمين بها وأخبارهم، حتى يكون مستوعبًا لأسباب كل حادث»[2].

وهذا كلّه يكاد يكون توصيفاً عصرياً لما ينبغي على العامل في إطار الميديا الجديدة إتقانه لتأدية مهمامه كما ينبغي.

أخلاقيات الميديا

يُقدّر اليوم عدد مُستخدمي الإنترنت حول العالم بحوالى أربعة مليارات مستخدم، لدى كل منهم الفرصة في أن يكتب وينتقد وينشر أخباراً وأفكاراً وأحداثاً وتحليلات وتقارير، وكذلك أن

[1]- ابن خلدون، مقدمة ابن خلدون، (دار الأرقم بن أبي الأرقم)، في فضل علم التاريخ وتحقيق مذاهبه والإلماع لما يعرض للمؤرِّخين من المغالط والأوهام وذكر شيء من أسبابها، ص 59.
[2]- المصدر السابق.

يُصورِّ وينشر وأيضاً أن يتلاعب بالصورة كما يشاء... وكل ذلك وهو جالس بمفرده أمام شاشة صغيرة حيث لا حسيب ولا رقيب. فهل يجوز هنا وفي هذا الوضع (العالمي...) الحديث عن أخلاق مهنية في هذا النمط من الإعلام الذي تجتمع فيه شتّى العلوم والتقنيات والأنماط الفكرية مع كل ما يمكن من الحوافز والضوابط وعوامل التفلّت والاستهداف...؟

هل يمكن حقا في بيئة كهذه تطبيق الأخلاقيات المهنية التي تعني: مجموعة القيم والمعايير للتمييز بين ما هو جيّد وما هو سيئ، وما هو مقبول أو غير مقبول، والتي تعني إعلامياً المعايير الأخلاقية والضوابط التي يلتزم بها الصحافي في أثناء عمله مدركا الصواب والخطأ في السلوك المهني؟

هل المواثيق الأخلاقية الاعلامية التي وضعت قبل انتشار خدمات الانترنت، ما برحت صالحة لليوم، مثل التركيز على النزاهة في العمل الصحافي، ودقة المعلومات والأمانة والصدقية والموضوعية في نقلها وعرضها...؟

الجواب الأسهل، وربما الأصوب أيضاً من منظار مهني هو بالقول إن الصحافي يبقى صحافياً، سواء عمل في جريدة أو إذاعة أو على موقع إلكتروني. وهو من هذه الزاوية سوف يلتزم دائماً بما يقتضيه منه عمله، من دون أن تُغريه وسائط الإعلام الجديد وتقنيات الميديا المُبهرة على الاستفادة من هذه الخصائص لتمرير رسالة أخرى تجانب الحقيقة في سياق عمله.

ربما كان هذا النمط من الأجوبة لا يحظى بأيّ شعبية، ولا يمتلك ما يكفي من عناصر الإثبات. إلاّ أن الصحافي، أيضاً، يبقى إنساناً. ولعل المشكلة الكبرى تكمن في هذا «التفصيل».

عصر ما بعد الصورة
ميديا رقمنة الأجسام عند مارك هانسن

حمادة أحمد علي[*]

تتناول هذه المقالة للباحث المصري حمادة أحمد علي تأصلاً فلسفياً للظاهرة الإعلامية ما بعد الحداثية، وعليه جاء عنوانها "عصر ما بعد الصورة" ليدل على أصل الإشكال حيث يواجه الإنسان الغربي على وجه الخصوص والمجتمعات الإنسانية المعاصرة بوجه عام إمكانية الوصول إلى يقين ما في العصر التكتو الكتروني.

هذه المقاربة تحاول أن تتصدى للإشكالية المشار إليها استناداً للمشروع العلمي الذي قدمه الأكاديمي والباحث الألماني مارك هانسن حول ما يسميه بـ "رَحْمَنَة الأجسام".

المحرر

كلنا يعلم أن الحياة التي نعيشها على حالها الآن لم تكن كذلك فيما مضى بل خضعت لمراحل، فمنذ سقوط الإنسان على الأرض سكنت صور الطبيعة وجُسدت فى عقل الإنسان ثم تقدم الزمن واختزلت الطبيعة من حولنا وجردت في صور فيلمية كما اختزلها ديكارت وجردها في إحداثيات رقمية وندم على صنيعه فيما بعد، والآن وبعد طغيان عالم الصور وتشكيك الإنسان في مصداقيتها لأنها تصورا مبتورا للحياة وخاصة في عالم السينما، وقد دخلنا الآن إلى عصر جديد وهو رقمنة الأجسام، وكطبيعة أي مرحلة تقدمية يكون فيها الإنسان منبهراً وينتهي به المآل إلى الاكتئاب ساعيا للتخلص منها، والمرحلة القادمة لا تكتف بالبرمجة والحاسوب فحسب بل تحاول أن تُشفر الأجسام بما يحيط بها من انفعالات على جهاز الحاسوب، وهذا البحث هو محاولة استعراض لمشروع الأكاديمي مارك هانسن في رقمنة الأجسام، ولا ندعي أننا سوف نسرد كل شيء عن

---

*ـ رئيس قسم الفلسفة بكلية الآداب ـ جامعة جنوب الوادي ـ مصر.

مشروعه، ولكن هذا المقال يضع أقدامنا على بداية الطريق لفلسفته العملية، والتي قد تحتاج جهدا جهيدا لترجمة مصادرها من ناحية ناهيك عن تطبيق مشروعه من ناحية أخرى، فإشكالية المقال تكمن في كيف انتهى الشك بالإنسان الغربي فى العصر الالكتروني الذي يعيشه، وكيف يحاول أن يصل إلى الكمال والمطلقية التي يعتقد أنها في التجريب والتي بناء عليها يحاول أن يصنع تجربة جديدة يصل بها إلى مطلق الموضوعية على حد اعتقاده، وربما يكمن هذا المطلق في رقمنة الأجسام في عالم الميديا، وبما أنه لا أحد يأتي بالجديد من تلقاء ذاته بل بمحاولة تطوير أفكار من سبقوه فإن مارك هانسن طور فلسفة برجسون وهوسرل وجيل ديلوز في فلسفة صناعة الصورة حيث شك الجميع أن الصورة في عالم الميديا مهما يكن لا تعبر عن الواقع الفعلي بل هي واقع مبتور للغاية، ومن هنا قسمنا المقال إلى ثلاثة عناصر:

العنصر الاول: نعرض فيه لشخصية مارك هانس ومؤلفاته، وجاء هذا الطرح على هذا المنوال لحداثة القارئ العربي بشخصيته.

العنصر الثاني: نقدّم فيه مصادر فلسفة هانسن في الميديا حتى يتأتى لنا فهم البنية المعرفية لفلسفته من ناحية ومعرفة التغييرات التي أحدثها على من سبقوه من ناحية أخرى.

العنصر الثالث: نتناول عرض مفهوم رقمنة الأجسام في ضوء مؤلفات هانسن.

أولا: مارك هانسن ومؤلفاته

مارك هانسن هو أستاذ الأدب ومدير الدراسات الجامعية بجامعة دوكه، درس الأدب الفرنسي المقارن بجامعة نيويورك وكليفورنيا، وحصل على منحة فولبرايت الكاملة في جامعة كونستانز بألمانيا عامي 1990-1991، وحصل على الدكتوراه في الأدب المقارن بجامعة كاليفورنيا عام 1994، وعمل أستاذاً مساعداً للغة الإنجليزية بجامعة غرب تكساس عام 1994-1997، وبجامعة برينستون 1997-2004، وأصبح من عام 2005 حتى 2008 أستاذاً للغة الإنجليزية والفنون البصرية والسينما ودراسات الميديا بجامعة شيكاغو، ونشر في هذه المرحلة أجساماً في رمز، ووسائط في الميديا الرقمية، ودراسة على أثر الفضاء الإلكتروني في الحضارة التي تتنبأ بزيادة افتراضية الإنسان، والتي فازت بجائزة أرس للكتاب الإلكتروني Ars Electronica Book Prize عام 2008، والآن يشغل زمالة ميلون Mellon Fellowship في العلوم الإنسانية بجامعة ستانفورد، ومنحة بحوث فولبرايت للإخصائيين غير الصينيين[1].

[1]- http://philosophyafternature.org/mark-b-n-hansen/.

وكان هانسن ويو Yu عضوين في الفريق التكنولوجي في مختبرات بيل Bell في موري هيل Murray Hill بنيو جرسي، واكتشفا الصلات بين نظرية المعلومات والإحصاء، وفي هذا الوقت كان دينيسون Denison ومالیك عضوين في كلية أمبريال يبحثان مع يو وهولمز الطرق البايزية Bayesian methods لوظيفة التقدير، وكان هولمز في السنوات الجامعية الأولى، وبدا ماليك ودينيسون وهولمز مع روبرت كون في جامعة ويلز الجنوبية ومارتن تانر في جامعة وسترن الشمالية التفكير في إقامة مؤتمر لاستكشاف المقاربات البايزية للتصنيف والارتداد، وقضى هولمز وقتاً من الصيف في معمل بيل مع هانسن ويو، ودعاهم إلى اللجنة المنظمة للمؤتمر، وسرعان ما توسع التركيز ليشمل الأفكار المتعلقة بالحوسبة المعاصرة وتكنولوجيا المعلومات وتحليل البيانات على نطاق واسع، وقد لقي الحدث استحسان تخصصات متعددة وأصبح هناك قائمة من المتحدثين عن التعلم الآلي والذكاء الاصطناعي والرياضيات التطبيقية وتحليل الصور ومعالجة الإشارات ونظرية المعلومات والتحسين في كل مجال، وحاولنا التأكيد على التطبيقات المعقدة مثل النمذجة البيئية والشبكة والتحليل والمعلوماتية الحيوية bioinformatics [1].

ويقول هانسن على موقعه الشخصي «لقد سعيت على مدار العقد الماضي في أبحاثي وتدريسي وكتاباتي أن أنظر إلى الدور الذي تلعبه التكنولوجيا في قوة الإنسان، وقد امتد هذا العمل إلى مجموعة من التخصصات كالدراسات الأدبية والأفلام والميديا والفلسفة وخاصة الظواهرتية والدراسات العلمية وعلم الأعصاب المعرفي، وقد اكتشفت معنى التعميم التكنولوجي الذي يميز الإنسان كشكل للحياة، وقد أوليت اهتماماً خاصاً للدور المحوري الذي تؤديه الفنون البصرية والأدب في تبني وساطة ثقافية للتكونولوجيا من الثورة الصناعية حتى الثورة الرقمية، وركزت في عملي الأخير على الأهمية التجريبية لثورة الحوسبة التي حولت بنية المعرفة في الأكاديمية والثقافة على نطاق واسع، وكما فهمتها، قد غيرت ثورة الحاسوب البنية التحتية لحياتنا بشكل كبير، وبالتالي تغير ما نعنيه بكلمة إنسان وما تنطوي عليه ممارسات العلوم الإنسانية اليوم، وأعتقد أنه على العلوم الإنسانية أن تغتنم التكنولوجيا، ويدخل المعنيون بالدراسات الإنسانية الثورة المعلوماتية ويتباروا في معرفة معنى المعلومات وقيمتها وإعادة النظر فيما يجعلك إنساناً في الوقت الراهن في ظل الشبكات العنكبوتية والجلوبالية والذي نعرفها غالباً بالاتصال بآلات ذكية، وقد وضع كتابي الأول

[1]- Introduction David D. Denison, Mark H. Hansen, Christopher C. Holmes, Bani Mallick, and Bin Yu Lecture Notes in Statistics Nonlinear Estimation and Classification, editors, D.D. Denison, Springer-Verlag New York,2003.

« تقنية مجسدة: تكنولوجيا ما وراء الكتابة» أجندة لبحثي بطرح ما يمكن أن يخلفه المنظرون الأدباء والثقافيون حين يحولون انتباههم عن التكنولوجيا، وجوابي أضعه على نحو مخطط وهو التجربة باتخاذ التكنولوجيا موضوعاً قابلاً للتعميم، مثل ترميز عملية اللغة وبناء النص أو تقلبات النفس، حيث يتغاضى النظريون بسذاجة التأثير غير الممثل والتجريبي، والتأثير الواسع للتكنولوجيا في الحياة الاجتماعية والثقافية، وقد دفعني جهدي للتصدي لهذا الأثر المتفشي والتركيز على تكنولوجيا الميديا ولاسيما على ثورة الميديا الرقمية المعاصرة، وقد قمت بهذا في كتابين وهما كتاب فلسفة جديدة لميديا جديدة، وكتاب أجسام في رمز، وكلاهما كرست فيه على نحو منهجي مواجهة أهمية الممارسة النظرية والتكنولوجية للثورة الرقمية خلال ممارسة الفنانين والمعماريين وكُتاب الأدب لميديا جديدة، وفي كلتا الدراستين وفي أعمالي عموما أبدأ من ارتباطات فعلية بإنتاجٍ وعمليات ثقافية إلى تنظير يجمع ظواهرية القرن العشرين والعلوم المعرفية الحديثة وحواراتٍ التواصل النفسي، ويوسع عملي الحالي نطاق بحثي بالتركيز المباشر على اقتران الإنسان والتكنولوجيا التي قد تشخص الإنسان منذ بدئه، وأسعى في دراسة الزمن والميديا إلى تحديث نموذج الوعي بالزمن للفيلسوف الألماني أدموند هوسرل لمعالجة التدوين التكنولوجي الضخم للزمن في عالمنا اليوم إن كانت تجربة الذات هي وظيفة لتأثر النفس بالزمن كما يقول هوسرل، وكيف تأثر هذه التجربة حين يصبح الزمن متوسطاً بعمليات الحوسبة التي تحدث في مستويات أدنى مما تجربه حواسنا؟ واكتشفت أن هذه العلاقة الحرجة لانفعال النفس والزمن التكنولوجي تمر بتسجيلات متعددة تتراوح من أزمنة مكثفة لمعالجة نصوص الكتابة التجريبية والشاعرية الرقمية في القرن العشرين والقرن الحادي والعشرين حتى الديناميات التطورية لتكنولوجيات الإنسان، وبعد أن أمضيت عاماً في بكين في الصين أصبحت مهتما بتوسيع عملي لمعالجة تجارب وتراث للزمن في الشرق مختلف فعلياً، وخاصة وهو يؤثر في الممارسات التي تشمل الميديا والفن والانترنت في سياق الجلوبالية المعاصرة[1].

ومن مؤلفاته

التقنية المجسدة - تكنولوجيا ما وراء الكتابة

Embodying Technesis- Technology Beyond Writing

الغذاء القادم - حول مستقبل الميديا في القرن الواحد والعشرين

[1]- https://aahvs.duke.edu/people/profile/mark-bn-hansen

Feed- Forward : On the Future of Twenty-First-Century Media

أجسام في مدونة- وصلات بميديا رقيمية

Bodies in Code- interfaces with digital media

فلسفة جديدة لميديا جديدة

New Philosophy for New Media

ثانيا: أصول نظرية رقمنة الأجسام

هنري برجسون

ينشأ الافتراض الأساسي في نظرية الفن عند هنري برجسون أولاً من طريقته في التفلسف، هذه الطريقة مع الحدس تكوّن خبرة مباشرة، فالحدس ينطبق على الفن الذي يحتاج إلى هذه الخبرة المباشرة في عملية الإنتاج، وكما عمل في صيغتها النهائية، من ثم تتجلى القيمة الأساسية لمفاهيم كالبصيرة ومحاولة فهم وظائف الفن حيث تعتبر أكثر فعالية من أجل بناء المعنى والفهم، على عكس تصور النظريات اللغوية، حيث إن الفن يعمل على كسر الحدود العملية من الرموز لتحقيق نوع من الاتصال، ومن هنا تتجلى الحاجة الملحة للفن والتي لا تملكها اللغة، مما يشكل في الأخير تجربة ملموسة خالصة بنيت بداية من ملامح واقع مجرد من الرموز التقليدية المعممة.

إذن الحدس يفترض في أن اللغة تشوه الواقع وتعيق البديهة، وخوض تجربة حقيقية، على عكس الفن الذي يعد كتجربة مباشرة تعاش، على الرغم من أنه لا يمكن التواصل مع رؤية أكثر مباشرة للواقع، وبالتالي بات من الواضح لنا أن الواقع عبارة عن حجاب دعت الحاجة إليه تم عن طريق خلق أوهام تأخذ مكان الحقائق/الحقيقة. ولكن فقط الفنان يستطيع أن يكشف عن هذه الأوهام ويزيح الستار عنها، من خلال حدسه و»رؤية فض الاشتباك« حتى تتسنى له فرصة تقديم رؤية متميزة عن الواقع، وبالتالي يكون العمل الفني في هذا المعنى لا يتطلب أي وسيلة أخرى من وسائل الحواس

لقد كان هنري برجسون أول فيلسوف جذب الانتباه إلى هذا المجال الجديد، وقام أيضاً بانتقاد الفهم المتداول عن السينما القائم على فهم شخصي للواقع الذي يعطى كوسيلة كاذبة لمشكلات عن الواقع. وفي بداية القرن العشرين التفت هنري برجسون إلى السينما من خلال تكريس فصل عن

السينما كآلية العقل في التطور المبدع وهو ما يسميه الرجل السينمائي بآلية الفكر ووهم الميكانيكا، حيث إنه يضع هذه الآلية السينمائية كاستنساخ للفهم في خلق الوهم من الزمن والحركة.

ويشدد برجسون على أن معرفة الأشياء تتم من خارج لفهمها من الداخل، وهذه هي آلية السينما، حيث تعمل على إعادة خلق وهم يضع أذهاننا أمام التطبيع العملي الذي يوفر القدرة للتغلب على صعوبات حقيقية. من هنا نفهم أن هنري برجسون لم يكن هدفه هو لفت الانتباه إلى السينما، ولكن إلى عملها الميكانيكي الذي هو مثال جيد ليظهر طريقة عمل العقل البشري[1].

ويرى برجسون صاحب الاتجاه الحدسي أن الفن لا يتحقق بوجود الصورة أو التعبير المتجسد في شيء محسوس بتعدد ما يتحقق في عملية روحية خالصة وتنطوي على معرفة حدسية معينة[2]

ويرى برجسون أن السينما تستخدم معطيين اثنين متكاملين هما: مقاطع لحظية تسمى الصور، وزمن أو حركة غير شخصية ومطردة ومجردة وغير منظورة وغير مدركة تكون داخل الجهاز، بحيث إن حركة الشريط السينمائي غير المرئية داخل الجهاز تبعث مختلف صور المشهد على التعاقب واحدة بعد واحدة، وعلى الاتصال ببعضها ببعض، إذن تقدم لنا السينما حركة كاذبة، إنها المثال النموذجي للحركة الكاذبة، وما يثير الفضول حقا أن برجسون أطلق على وهم الحركة الأشد قدما اسم حديثا (سينمائي)[3].

ويقول برجسون:» إن السينما حينما تعيد تأليف الحركة من مقاطع ساكنة لا تفعل إلا ما فعله الفكر الأشد قدما (مفارقات زينون)، أو ما يفعله الإدراك الحسي الطبيعي»، وفي هذا الخصوص يتميز برجسون عن الفينومينولوجيا التي أكدت أن السينما أحدثت قطيعة مع شروط الإدراك الطبيعي، حيث يقول برجسون «نحن نلتقط من الحقيقة الواقعية الجارية أمامنا مناظر آنية، ولما كانت هذه المناظر تحمل الخصائص التي تتميز بها هذه الحقيقة الواقعية كان لابد من نظمها في سلك صيرورة مجردة، أي صيرورة وحيدة الشكل وغير مرئية، وموضوعة في صميم جهاز المعرفة، وما ذلك إلا لمحاكاة ما في هذه الصيرورة نفسها من خصائص مميزة، فالإدراك الحي والعقلي واللغة تسير في الطريق عامة، وسواء فكرنا في الصيرورة أو عبرنا عنها بالألفاظ، أو أدركناها حسياً، فإننا لا نفعل إلا شيئاً واحداً في جميع الأحوال، وهو تحريك جهاز سينمائي داخلي، وخلاصة

[1]- http://www.nama-center.com/ActivitieDatials.aspx?id=30698

[2]- عبد الباسط الجهاني: جماليات السينما- الصورة والتعبير، دار إي كتب، لندن،2017، ص27.

[3]- هنرى برغسون: التطور المبدع، ترجمة جميل صليبا، اللجنة اللبنانية لترجمة الروائع، بيروت، 1981، ص249.

القول إن طبيعة معرفتنا العادية ذات طبيعة سينمائية»[1].

وينبغي أن نفهم وفقاً لبرجسون أن السينما ليست سوى العرض والعرض فقط، أي إعادة إنتاج وهم ثابت وعام كما لو أننا نقوم باستمرار بما تقوم به السينما من دون أن ندرك ذلك، وهذا الفهم لطبيعة السينما عند برجسون هو أحد دوافع هانسن على رقمنة الأجسام طالما هي الحقيقة.

جيل ديلوز

ألّف دولوز كتابين حول السينما، ويعتبر الكتابان مهمين من حيث إنهما لأول مرة يهتم فيلسوف بالسينما ويخصص لها دراسة منفردة بهذا الحجم، لقد حاول دولوز تناول السينما من وجهة نظر فلسفية لذلك، أبدع المفاهيم المناسبة للحقل السينمائي بغية البحث عن صورة الفكر التي يشيّدها الفن السابع. فمع دولوز يُدرس الفن كأفعال للظواهر التقنية والدادية، واللامتخيلة والاجتماعية، التي تتفاعل مع النماذج الذاتية الثقافية، إنه طريق خصب للفلسفة و الفن معاً.

ومن هنا راح جيل دولوز يبحث عن أواصر فلسفية تربطه بأبحاث هنري برجسون لخلق هيكل عام يقيم عليه بناءه النظري ومكونات رؤيته الجمالية، مع أن أبحاث برجسون لم تهدف إلى دراسة الصورة المتحركة في السينما أو جمالياتها، إلا أن اسهامه ارتكز في تحديد خطوط أساسية أو نظرية أولية تفيد في دراسة الصورة كحركة خاصة في كتابيه المادة والذاكرة والتطور الخلاق.

ولم يتوقف دولوز في حدود فكر برجسون بل يوصل الجذور الفلسفية لنظريته السينمائية بفينومينولوجيا أدموند هوسرل ودراسات سارتر حول الخيال في كتابه الخيالي وكذلك بآراء ميرلوبونتي حول الفينومينولوجيا والسينما، فقد أسهمت هذه التنظيرات الفلسفية السابقة في إبدال المفاهيم التقليدية للصورة ومحتواها، واختطت منظورا مواليا بشكل ما لتقدم الصناعة السينماتوجرافية التي يدرس دولوز بناءاتها الحركية المضافة إلى الصورة الثابتة.

والسينما لا تعطينا صورة جامدة، ونحن من يسبغ عليها الحركة، بل تعطينا صورة- حركة مباشرة، والصورة كحركة هي العنوان الذي يحمله المجلد الأول سينما1 من دراسة دولوز حول السينما، إنه يتوجه في هذا الكتاب توجهاً جديداً يختلف من ناحية دقتها النوعية عن أبحاث دولوز الأخرى على الرغم من تضمنها إرهاصات التوجه نحو الصورة بكل أشكالها، ومنذ كتب كتابه مارسيل بروست والرموز نرى تأصيلاً تراكمياً لاهتمام مضى في النمو على ضفاف دراساته الفلسفية والنقدية مثل

[1]- جيل دولوز: الصورة – الحركة او فلسفة الصورة، ترجمة حسن عودة، منشورات وزارة الثقافة، بيروت، 1997، ص7.

كتاب منطق الحواس وكتاب اسبنيوزا ومشكلة التعبير وكتاب كافكا، إلا أن هذا الاهتمام لم يتجسد في تخصص فلسفي محض كما يحضر في الترميز الذي تحتله الصورة السينمائية، إذا لم يتحكم بتوجه دولوز إلى السينما الغني الذي تمثله الصورة كحركة فحسب بل لأن السينما أمست الوعاء الذي يمثل حركة العالم الراهنة إن لم تكن ضمير العالم وفعاليته اليومية والتاريخية المتكاملة في عناصر تكوينها[1]

وإذا كانت الفلسفة تفكر من خلال المفهوم فالسينما تفكر من خلال الصورة المتحركة ذاتياً، وما يربط السينما والفلسفة ببعضها ببعض هو صورة الفكر. إن صورة الفكر هي ما يلهم الفلسفة في إبداعها المفاهيم أما السينما فهي تنشئ صورة الفكر وهي توضّب الصورة ذلك أن مكوّنات الصورة السينمائية تتضمن التّوضيب أصلاً، ويتعلق الأمر إذن في مقاربة دولوز بإقامة مناظرة بين السينما والفلسفة، هي في العمق علاقة تناظر تعكس من خلالها الواحدة الأخرى على نحو أصيل، فالهوية الحق مفعول لعلاقة. هوية السينما تتكشف أفضل ضمن علاقة مقايسة مع الفلسفة والعكس بالعكس، في خضم هذه العلاقة يتحوّل منتوج الفلسفة أي المفهوم إلى كتل من الحركات الدائمة والمتلائمة داخل تشكل الأمكنة والأزمنة... تصبح المفاهيم أكثر قابلية للفهم لأنها عبارة عن تجل مرئي لتجربة معيشة من طرف كل واحد». لكن من جهة أخرى يعتبر دولوز أن قيمة الصورة تتمثل في الأفكار المتولدة عنها.

إن المفهوم لا يباشر الصورة ليجرد منها ما هو استثنائي وشاذ إذ لايحتفظ إلا بما هو عام، إنه لايختزل الصورة في خصائص عامة بل إن المفهوم بوصفه توليفا بين متنافرات فهو يتقصى لحظات الانفلات والعبور في الصورة، يترصّد للمثير فيها بل للمرعب والمتعذر على الحساب والقياس. ينصبّ المفهوم إذن على مناطق الشدّة والتوتر في الصورة السينمائية. إن هذا التحسس المتبادل بين الصورة السينمائية والمفهوم لم يكن ممكنا لو لم تعمد الفلسفة المعاصرة إلى مراجعة مفهوم المفهوم خاصة مع «دولوز»، هذا بقدر ما عمدت السينما الحديثة إلى إعادة تصورها للصورة خاصة مع ريسني جودار وطاركوفسكي، فقد حلت الصورة –الزمان محل الصورة- الحركة. إن حلول الصورة كوعي عميق بالزمان هو ما جعل «سينما فلليني تقودنا إذن باتجاه ما يدعوه دولوز صورة الفكر، أي باتجاه الفجوة أو الفضاء المحايد..

إن الانتقالات التي عرفتها السينما بالتحول من نظام للصورة إلى آخر يندرج ضمن سيرورة

[1]- د. علاء طاهر: نهايات الفضاء الفلسفي، الفلسفة الغربية بين اللحظة الآنية والمستقبل، مكتبة مدبولي، القاهرة، 2005، ص210

انعطاف عرفها الفكر الغربي منذ كانط، فإذا كانت السينما الحديثة هي سينما الزمان فهي صارت إلى ذلك بعد تجاوزها سينما الحركة الخاضعة للروابط الحسية الحركية المحسوبة، ويجب ألا ننسى أنه إلى «كانط» يعود هذا الوعي العميق بأولوية الزمان إذ منذ فلسفته النقدية أصبح المعنى يتحدد بأفق الزمان. ولعل هذا الانتقال الجوهري الذي يمتد من كانط إلى هيجل ونيتشه ثم برجسون و«دولوز» ـ مع اختلاف صورة الزمان عند كل منهم ـ هو ما يكثفه أحسن العمل العمدة لهايدجر أي الكينونة والزمان، إن مركزية سؤال الزمان في تدبير شأن المعنى ترتب على تحرير الزمان من قبضة الحركة التي سيطرت على الفكر الغربي وامتداداته الكونية لمدة تتخطى عشرين قرناً أي منذ أرسطو الذي عرّف الزمان في كتاب الطبيعة بوصفه عدداً ومقداراً للحركة وذلك وفقا لإيقاع السابق واللاحق، فالحركة الأزلية المنتظمة للأجرام السماوية تنسج الزمان في صورة أيام وشهور وسنوات، أي في صورة متعاقبة تعاقب الحركة حيث الزمان ليس أكثر من عدّ لتعاقب الحركة، يمكن الآن أن نكثّف قصة الفلسفة ونقول إنها تحرير للزمان من الحركة وتحديد للمعنى بأفق الزمان هذه القصة هي نفسها التي تحكيها السينما بأدواتها الخاصة. يجب ألا يفيد هذا بأن السينما ليست أكثر من مجرد صدى لما يحدث في الفلسفة الأحرى أن قيمة السينما وعلاقتها بالفلسفة ستتكشف من زاوية نظر أخرى: ستكون دراسة السينما بالنسبة للفيلسوف، وسيلة لاستخدام أداة غير فلسفية لفهم الفلسفة ذاتها بشكل أفضل، وسيسمح لجوء السينما إلى الفلسفة، بإبراز وعي أكثر يروم توليد كينونة الفيلم ضمن خصوصية تعبيره الجمالي.

ثالثا: رقمنة الأجسام ـ الميديا الجديدة

يوسع هانسن في كتاب فلسفة جديدة لميديا جديدة المقاربة الشاملة للتكنولوجيا لمجابهة الاستيعاب الثقافي الأخير، دون أن يتنصل من الموقف الثقافي بما هو وهو يقول «وسوف أرفض أحد تضمناته المحورية، وهو أن البناء الثقافي للتكنولوجيا بطريقة ما يستنفد مدى تأثيرها في تجربتنا، على الرغم من أن لنقاد التكنولوجيا الحق في أن يقترحوا على سبيل المثال «آمان الحادث الحاد فالتكنولوجيا ليس لها قوة خارج النظم الاجتماعية»، وهي تتوقف على كيفية فهم مثل هذه المطالبات، وفي رأيي يفترض النقاد دوماً وجوب أن تكون التكنولوجيا اجتماعية ‘مئة في المائة’، ووجوب أن تكون كلية إنتاج ثقافي بسيط لأنه لا يمكن أن توجد خارج الإطار الإجتماعي، ويتطلب هذا التصور الخاطئ فهماً أكثر دقة للأساس الاجتماعي التكنولوجي، فالمرء يمكن أن يميز التأثيرات الملموسة لتكنولوجيات بعينها من ظروف عامة لفاعليتها، وإن كان صحيحاً أنه لا

يمكن أن توجد التكنولوجيا خارج الأنظمة الإجتماعية فلا يمنعها هذا من الحصول على مؤثرات لا يمكن القبض عليها بأدوات مفسرة مرتبطة بهذه النظم، وللاستكشاف فقط هناك مثال واحد لهذا التشويش العاجز، فإن ساندي ستون ناقد ثقفنة التكنولوجيا technocultural في حديثه عن السياق الاجتماعي كخلفية لا يمكن اختزالها لفهم التكنولوجيا يسقط أهميتها في التأثير في الأيدلوجية»، فالتكنولوجيات مرئية ودليل مادي للنضال فوق المعنى، فهي لا توجد خارج أنظمة الاعتقاد المعقدة التي لا تتجزأ أطرها الاجتماعية والسياسية، وظهورها الصارم يصنع تقنيتها»، وربما تشكل التكنولوجيا في الواقع مواقع مهمة لتنفيذ هذه النضالات، ولكن كعناصر مادية تبني عالمنا التجريبي بشكل جذري وأكثر من ذلك، وتأثيرها في التجربة بسيط ونافذ، وأي جهد لفهم هذا في إطار النقد الثقافي سوف يفترض ما يكرس للعزلة[1].

ويفترض هانسن أن وظيفة التكنولوجيات مثل الألعاب اللغوية على نموذج فيجانشتين في عالم ما بعد الحداثة المعاصر، وهي أقوى أساساً من الظاهرة الاجتماعية، وليست لغة مختلفة لفيجانشتين، والتكنولوجيا تلعب دورا أساسيا كجزء لما يسمح للوجود الفعلي الاجتماعي بما هو.

وبالتقييم النقدي للدور الذي يلعبه الخطاب النظري في القرن العشرين يسعى إلى تمهيد الطريق لتحليل موسع للمادية التكنولوجية وبمقدور المرء استكشاف تلك التفصيلات على وجه التحديد خلال التكنولوجيات التي تتوسط إيقاعات المادية للحياة المجسمة، وتتبع من خلال النقد دراسات النقد الثقافي المعاصر.

وترتكز الدراسات النقدية للميديا الجديدة على المواضيع المتشابكة للمركزية البصرية والتضمين disembodiment حيث بدأت منذ ما يزيد عن عقدين، واقترنت مجازات الرؤية والضوء بمفاهيم التجريد واللامادية ولكن في العصر المشبع بطرائق التصوير المحوسب انطوى موضوع التضمين على أبعاد فعلية جديدة، واتهمت الرقمنة الألكترونية بنزع أحشاء الواقع والتخلص من المرجعية والحقيقة والموضوعية[2] في حين تقيد الصور التناظرية الواقع بحكم قالبها الفيزيائي للإنتاج، وقد تُصنع الصور الرقمية خلال طبقات المعالجة الكمبيوتر الخوارزمية من دون أثر للصفات المحاكاة ماديا من فيلم predigital والصورة الفوتغرافية أو التناظر (التليفزيون)، والصورة الرقمية هي مصفوفة من الأرقام وجدول يتألف من الأرقام الصحيحة، وشبكة من الخلايا لها مقدرة على التخزين في

[1]- Mark Hansen- Embodying Technesis-Technology Beyond Writing, The University of Michigan Press, United States of America,2000, P 5.
[2]- Jean Baudrillard, Simulations, New York: Semiotext(e), 1983, pp. 2–4.

ذاكرة الحاسوب وتنتقل الكترونيا وتُفسر في صورة بعرض الجهاز مثل شاشة الفيديو أو الطابعة، وقد استشهد ويليام ميتشل بأنه عصر ما بعد التصوير حيث بدأ يحل التسجيل والمعالجة محل التصوير الفوتغرافي حيث قال إن الصور في عصر ما بعد التصوير الفوتوغرافي لم يعد مضمونا كحقيقة بصرية أو حتى دلالات بمعاني وقيم ثابتة»[1].

وقد اتخذ العبور نحو أرض عصر ما بعد التصوير الفوتوغرافي اهتماما بنزع مادية الجانب الإنساني، وهذا افتقد إلى مرجعية في إنتاج الصور، وقد سجل الفلاسفة المنظرين للميديا مثل بول فاليريو Paul Virilio وجوناثان كراري Jonathan Crary ووليام ميتشيل William Mitchell نقلة عميقة حلت في المؤسسات تشكل ذاتية المشاهد، وحتى النزعة المادية للمراقب، وقد ناقش جوناثان كراري بأن التكنولوجيات الجديدة لإنتاج الصور أصبحت تنتج على نطاق واسع داخل الجيش والطب والعلوم والميديا والفنون بإعادة هيكلة المؤسسات التقليدية وتحويل الممارسات الاجتماعية وتجسيد لهيكل المعتقد الجديد، وكما يقول ميتشيل « إن الشبكة العالمية لأنظمة الصور المرقمنة تتسارع وتشكل ذاتها بصمت كوضوعات منجرفة لإعادة تشكيل العين، وبالنسبة لكراري قد أحل هذا التحول في الثقافة البصرية كنتيجة لإشارات معالجة الصور المبنية على الكمبيوتر، وإن المهام الجديدة للعين البشرية تُنزع عن طريق الممارسات في الصور البصرية التي ليس فيها أي مرجعية لوظيفة المراقب في "الواقع" الذي يتلقي العالم بصريا. وكتب كاري يقول « وإن كان يمكن أن يقال إن هذه الصور تشير إلى أي شيء بمليون بت bits لمعلومة رياضية الكترونية، وسوف تُوضع البصرية على مجال كهرومغنطيسي وسبراني cybernetic في حين تتزامن الرؤية المجردة والعناصر اللغوية وتستهلك بتدويرها وتتبادل جلوباليا[2].

ويتناول مارك هانسن في كتاب فلسفة جديدة لميديا جديدة قضايا التجسيم والوساطة والرقمنة والتي ترتكز على النقاشات التي تتعلق بما بعد الأنسنة، ويحدد هانسن أن الموقف الأساسي للنقد يتمثل في الإطار الذي يحدده فريدرك كيتلر، ويصنع كيتلر اتصال شانون Shannon- Weaver في الأفلام والجرامفون وآلة الكتابة مفهوماً للمعلومات كمركز غير مجسد في نظريته للميديا الجديدة، ويفتح كيتلر بنموذجه الأطنابي ما عدا الكلمات المستشهده بادعاء أنه حين تطلب المكالمات

[1]- William J. Mitchell, The Reconfigured Eye: Visual Truth in the Post-Photographic Era, Cambridge, Mass.: MIT Press, 1992, p. 57.

[2]- Jonathan Crary, Techniques of the Observer: On Vision and Modernity in the Nineteenth Century, Cambridge, Mass.: MIT Press, 1992, p. 2.

والموسيقى الأفلام والنصوص التي تصل إلى الأسر المرتبطة بالألياف البصرية الشبكية، والميديا المختلفة من تلفاز وإذاعة وهاتف والرسائل الموحدة مقدما موحدة بترددات الإرسال بصيغة بت bit format، وهذا التقارب لكل الميديا في ظل النظام الرقمي يفسر بالفعل نهاية الميديا، وأصبحت الميديا الفعالة واجهات مختلفة لتدفق المعلومات في كل مكان.

«وقبل النهاية هناك شيء يقترب من نهايته، وتؤدي الرقمنة العامة للقنوات والمعلومات إلى محو الفروق بين الميديا الفردية، وسوف تُختزل الصوت والصورة وصيغة الفعل والنص إلى مؤثرات سطحية معروفة للمستهلكين كواجهة، ويتحول الشعور والإحساس إلى شعور مضلل، وسيبقى إنتاج الميديا السحرية كمنتج ثانوي لبرامج استراتيجية لمدة مؤقتة، ويصبح داخل أجهزة الكمبيوتر ذاتها كل شيء عدد، كميات من دون صور أو أصوات، وبمجرد أن تتحول شبكة الألياف الضوئية إلى بيانات مختلفة شكليا تتدفق إلى سلسلة موحدة لأرقام مرقمنة digitized numbers، وكل وسيط يمكن ترجمته إلى آخر، وبالأرقام كل شيء يمضي، والتحوير والتحول والتزامن والتأخير والتخزين والتبديل والخلط والمسح الضوئي ورسم الخرائط - وكل الميديا مرتبطة على أساس رقمي سوف سوف تمحو أي تصور للوسيط، وبدلا من ربط الناس بأسلاك وتكنولوجيات سوف تتحول المعرفة المطلقة كحلقة لا نهاية لها[1].

ويعتمد كتاب فلسفة جديدة لميديا جديدة على بعض المفاهيم الحرجة من كتاب هانسن الأول تجسيد التكنولوجيات - تكنولوجيا ما وراء الكتابة، ويُكسر الحرج فعليا في كلا الكتابين بالتماثلية والتمهيد بالميل لاستيعاب ظاهرة كلا من العامل التكنولوجي والطبيعي للقوالب اللغوية - مشكلة التأسيس، وكانت مشكلة ربط اللغة بالممارسة شاغلاً رئيساً لمنظري تخصصات مختلفة، وتكمن المشكلة بعينها في القضايا التي تتعلق بتدوين الكود والبرنامج في الواقع المادي ولا يقل عن استيعاب التغييرات المخربة في التجربة الجسدية للغة، وإن هانسن يقطع ببساطة إشكالية جوردن Gordian problematic لكيفية تعادل الكتابة للدمج وتعادل القضايا النظرية للممارسة وتعادل التمثلات للعامل المادي، وقد سعى العلم لأكثر من عقد في معرفة تكوين التمثيلات النظرية للطبيعة وإلحاقها بالعالم، ويتطلع بعضنا لمقاربة ما بعد البنيوية التي تناولت قضايا تقنيات التمثيل والكتابة والجوانب المادية للاتصال وأطر العمل المستمدة من الأدب والأكاديميين المهتمين بالميديا مثل دريدا وفريدرك كيتلر، وكان للتحالف الوثيق بمثل هذه المقاربات حسابات معملية

[1]- Friedrich Kittler, Gramophone, Film Typewriter, tr. Geoffrey Winthrop-Young and Michael Wutz, Stanford, Calif.: Stanford University Press, 1999, pp. 1-2.

ممتدة مثل حساب هانز- يورج رينبرجر Hans-Jörg Rheinberger's account للأشياء المعرفية في حين اكتشف آخرون قوالب اجتماعية مستوحاة من "ممارسات مشوهة"و"نطاقات تجارية" أو بنية "الثقافات المعرفية"، كما أظهرها هانسن ببراعة، وهناك تناقض عميق الجذورحول العامل المادي في هذه الدراسات، ونحن نريد من ناحية أن نمنح الممارسة وحتى التكنولوجيا المادية التي دافع عنها برونو لاتور بيرلمان الأشياء من ناحية، والطبيعة والتكنولوجيا في هذه الحسابات بكيف ما دوماً "أنسنة" تعد بناء اجتماعياً ثقافياً، وفي كتابه الأول تجسيد التكنولوجيا وفي إثراء النموذج وامتداده في فلسفة جديدة لميديا جديدة قد نقد المنظرين لحقول نظرية ما بعد البنيوية والدراسات الثقافية التي توقفت عن احتضان الجوانب الفعلية تجاه التماثلية، ووفقا لهانسن ودريدا وبورديو وبودريلارد وغيرهم من الذين يشتركون في نمط مشترك للاختزال - يطلق عليه هانسن تكنولوجيات Technesis، حيث يقر الاهتمام في احتضان المادية التكنولوجية لاستقلالية الفكر والتمثيل، ويوضح هانسن أن وظيفة هذه الاستراتيجية تعمل بهدم المظهر الخارجي المادي الفعلي إلى مظهر متناقض نسبياً في مجال الفكر[1].

ويهدف هانسن إلى عرض برنامج إيجابي لاحتضان الثراء المادي للتكنولوجيا التي تحرره من كونه مجسداً في الخطاب واستهلال التمثيل، ومن منظور هانسن تغير التكنولوجيا من أساس تجربتنا الحسية، وتؤثر في ما يعني أن تعيش كعوامل جسدية بشرية، وهي تحقق هذا بإعادة تشكيل الحواس في مستوى ما قبل الإدراك precognitional أو حتى الذي يسبق المعرفة (ولا تميز مستوى من آخر)، وتسبق الإدراك الحسي الواعي واستيعاب اللغة.

ويُرسم هذا البرنامج الجريء والطموح في التكنولوجيات المجسدة فحسب، وكتاب فلسفة جديدة لميديا جديدة يدعم البرنامج كذلك بتقديم حساب كيفية تعديل الجسم خلال التفاعلات التي تيسرها التكنولوجيا الرقمية، والفكرة الأساسية هي الإطار، وعلى الرغم من حقيقة أن برجسون لم يجد مادة ذات صلة بنظريته للإدراك الحسي في السينما المبكرة والتي كانت في مهدها في اللحظة التي كان يكتب فيها برجسون، حيث وصف العالم الخارجي كتدفق كلي للصور، والجسم ذاته صورة من بين صور أخرى - ويطلق على النوع الخاص بصورة برجسون ' مركز للامحدود'، والذي يعمل مرشحاً خلاقاً يختار وقائع الصور من التدفق الكلي وفقا لقدراته، ومن ثم الجسم هو مصدر للفعل على عالم الصور، ويقدم من بين المؤثرات الخارجية ذات الصلة في مقاصدها،

[1]- Mark B. N. Hansen: New philosophy for new media, The MIT Press Cambridge, Massachusetts London, England,2004, p

ويطلق برجسون على مثل هذه الصورة المعزولة المركبة 'الإدراك الحسي'.

وقد رأى جيل ديلوز أن فكرة حركة الصورة تعتمد على القص والمونتاج، والحق أن عملية التأطير برمتها في قلب السينما الناضجة تمثيل كامل لعالم الصور الذي وصفه برجسون حيث تساوي 'الصورة ـ الحركة image = movement [1]، وسعى إلى تصحيح إقصاء سينما برجسون بتحريرها مثل مختبر تجريبي للفلسفة، حيث هي موضع لدراسة الإدراك الحسي والتمثل والزمان والمكان والذاكرة، وسيلة لاستيعاب العلاقة المتغيرة القابلة للتأويل والأنطولوجيا المرئية —the visible ontology، وموضع لاكتشاف تصنيف الصور والإشارات كتمهيد لخلق مفاهيم أبستمولوجية، ويرى هانسن أنه حين يبني برجسون فلسفته الخاصة بالسينما، فإن ديلوز يعيد التركيب الأساسي لجمالية الجسمية البرجسونية والأهم من ذلك قدرة التأثير، وفي مستهل تعليقه على برجسون وديلوزيصف ' الصورة – التأثيرية affection-image' باعتبارها المكون الثالث للذاتية وتملأ الفاصل بين المكونين الآخرين وهما الإدراك الحسي والفعل، وتبدو هذه الخطوة متسقة تماماً مع برجسون، ولكن يدخل ديلوز تغييراً دقيقاً يصنف التأثيرية كعنصر فرعي للإدراك الحسي، فالتأثيرية عند ديلوز طريقة تعين الإدراك الحسي، والأحرى أنها إدراك حسي لطيف أو لمحة قصيرة تتوقف عن إنتاج فعل، وبدلاً من ذلك تبدأ بتعبير (لقطة تقرب من الوجه في الفيلم)، وقد تحول ديلوز جذرياً عن برجسون بتقديم التأثيرية كتنوع للإدراك الحسي، وعامل بيرجسون الذاكرة والمادة معاملة التأثيرية بوصفها طريقة جسدية مستقلة في صوابها وتختلف في النوع عن الإدراك الحسي، ويرى هانسن أن ديلوز حل الارتباط الأساسي للعاطفة بالجسد وعينه لحركة الصورة، وقد مكن هذا الإيماء ديلوز من أن يصف الجسد باعتباره تركيب للصور.

وكل هذه الأشياء وحركة الصور تقسم إلى ثلاثة أنواع من الصور حين تتصل بمركز اللامحدود بوصفها صورة بعينها، حيث صور الإدراك الحسي وصور الأفعال وصور التأثيرية، وكل منا والصورة عينها أو مركز المشروط لا شيء سوى تجميع للصور وتوطيد لصور الإدراك الحسي والفعل والتأثيرية[2]

وفي الواقع اختزل ديلوز التأثيرية إلى عملية صورية لتأطير تكنولوجي، وفي هذه العملية يحررها التأثيرية جسدياً، ويحددها خارج الموضوع في عالم تكنولوجي يجمع الصور، ويصبح الجسد في

[1]- Gilles Deleuze, Cinema 1: The Movement-Image, tr. Hugh Tomlinson and Barbara Habberjam, Minneapolis, Minn.: University of Minnesota Press, 1986, pp. 58–59.

[2]- جيل دولوز: الصورة – الحركة أو فلسفة الصورة ص 66.

هذا الصدد سلبياً نسبياً، وموضعاً للكتابة التكنولوجية للصور المتحركة بدلاً من أن يكون مصدراً فعالاً للتأطير باستثناء المعلومات غير المحددة، فهو عالم لعرض الصور ومؤطر تكنولوجي باعتباره صوراً متحركة من من جانب، وجهازاً حسياً للمرء يربطهم بشكل غير معروف.

يتحول هانسن للتطورات الأخيرة في الميديا الجديدة وعلم الأعصاب ليوفر بديلاً من قراءة ديلوز الصورة المؤثرة واستدعاء فهم برجسون التجسيم في إطار كيف يأطر الجسد المعلومات وبالأحرى يمحو الدور الفعال للجسد الحساس في إنتاج تأثيرات الميديا كما فسرها فريدرك كتيلر وتتخذه واجهة الميديا الرقمية، وقد رأى هانسن أن الميديا تحت الرقمنة الفعلية تزيد مركزية الجسم كإطار للمعلومات، حيث تفقد المادة خصوصيتها، ويأخذ الجسم وظيفة أكثر بروزاً كمعالج انتقائي في إبداع الصور، ولا تزيد الصورة الرقمية على شاشة الكمبيوتر عن فوتوغرافيتها وهي محاكاة رقمية، وتنطوي الصورة الرقمية على معالجة للبيانات على عكس هذا الموضوع الثابت، والثبات الممتع لتفسير البيانات خلال الواجهة المصممة على الشاشة في نسبة الإطار تجعله يبدو ثابتاً، ولكن هذه الصورة في الواقع دينامية للغاية قابلة للتعديل في أي لحظة، والصور الرقمية معالجة، وبمقدورها دعم تفاعل المستخدم، الذي ينقر على جزء من الصورة ويكبرها أو يبدأ عمليه أخرى خلال اتصال تشعبي، والصورة في تطبيقات بعينها واجهة لبعض الأفعال المتباعدة مثل العمليات الجراحية.

ورأى هانسن أن الملامح العملية والتفاعلية للصورة الرقمية توفر أساساً لاستبدال مفهوم الصورة الزمنية والصورة الحركية كما وصفها ديلوز، وهي في موضعها كصورة جديدة تنبثق عن الصورة الرقمية، استناداً على فعل تأطير المعلومات، ورأى هانسن أن الصورة الرقمية عبارة عن هجين تكنو ـ حسي حركي وينبغي أن ينظر إليها كمصدر لأي إطار تكنولوجي مصمم لعمل معلومات قابلة للإدراك بالجسم، ويهدف هانسن في كتاب فلسفة جديدة لميديا جديدة إلى تلميع الأدب الظواهرتي في نقد ديلوز للصورة المتحركة التي تنتقيها الصورة السينمائية بالاتصال بالجسم البشري ومعالجتها، وإنعاش مفهوم برجسون وظيفةَ تأطير الجسم الأولية بتوافقه مع التطورات الأخيرة في تكنولوجيا المعلومات وفنون الميديا الجديدة، ويرى هانسن أن كل حكم للصورة تحتوي الرقمية تأطر في المقام الأول باتصال 'تخليقي embryogenic' مع جسم الإنسان، وعلى النقيض من حجج ديلوز عن التأطير التكنولوجي باعتباره مصدراً للصورة والتي ترتبط بالجسم ـ في الحقيقة المحفورة على الجسد كما هي على الشاشة- يؤكد هانسن دعواه البرجوسونية بأنه لا يوجد معلومات أو صورة في غياب الشكل المأخوذ من قوة التجسيم البشري.

ويثير هانسن الحوار المثمر بين الميديا الجديد للأعمال الفنية وعلم الأعصاب والظواهرتية في أنحاء كتاب فلسفة جديدة بشكل مثير للغاية، ومثال على ذلك الفصل الأخير الذي يعالج الإشكالية المركزية للكتاب، والنقطة المركزية للتحول البرجسوني وهو بالطبع في نظرية التأثير the theory of affect، والجسم المؤثر هو "المادة الغروية" التي تلصق الوعي وتربطه بعمليات الحسية من دون الإدراك، ويريد هانسن أن يربط خلال هذه القناة المؤثرة تدفق المعلومات في صورة رقمية والجسم باعتباره إطاراً، والعمل الأخير في علوم الأعصاب يوفر الرابط المادي الذي يتطلع إليه، وقد قدم فرانسيسكو فاريلا Francisco Varela حجة قوية حول مصادر زمن الوعي وهي تناسب أطروحة هانسن تماماً.

وقد ناقش فاريلا في كتابه 'الإدراك النشط enactive cognition الأفعال العقلية التي تتصف بالمشاركة المتزامنة لعدة مناطق مختلفة وظيفياً وموزعة طوبوغرافياً للدماغ وتجسيداتها الحسية، وتنشأ جميع الصيغ من تفاعل متماسك لتجمعات دنيا للخلايا العصبية في مواقع متعددة، وهي أنماط ديناميّة ذاتية التنظيم موزعة على نطاق واسع من المخ والأحرى أنها منظمة على شكل سلسلات متتابعة مثل مجاز الحاسوب منمذجة ـ تدفق معلومات المنبع، ويؤدي أعمق مستوى العلاقة والتكامل لهذه المكونات إلى الزمنية، وكتب فاريلا يقول[1] «إن الفكرة المركزية التي أتوخاها هنا أن هذه المكونات المتعددة تتطلب إطارا أو نافذة متزامنة تتوافق مع زمن الحاضر المعاش، وفي هذه النظرة يندمج التيار المتواصل للتنشيط الحسي ونتيجة محرك الواجهة داخل إطار ديناميكي التوالد ـ وليس معلوماتياً ـ حاسوبياً فقط، والذي يعطيها عمقها وعدم انضغاطها.

والنقطة المحورية لأطروحة هانسن أن فاريلا يعالج ظهور الزمن كعملية تأطير جسدي باطن مرتكز في مركب عصبي متوالد ذاتياً بدلاً من الإطار "التكنولوجي" المطبق ظاهرياً الذي دعا إليه ديلوز خاصة في السينما 2 Cinema 2، ويميز فاريلا وغيره من علماء الأعصاب المعاصرين ثلاثة موازين للزمن تنشأ من النظر المباشر لنشاط الخلايا العصبية إلى عملية بزوغ متزامن للمجموعة العصبية (10/1، 1، 10)، وفي أدنى مستوى لا تدرك التسجيلات الميكروفيزيائية مع عدم وجود ارتباط للإدراك الحسي المباشر، وتنظم ذاتياً إلى لحظة مباشرة "للآن"، ويرى فاريلا أن هذه الأطر

[1]- Francisco Varela, "The Specious Present: A Neurophenomenology of Time Consciousness," in Jean Petitot, Francisco J. Varela, Bernard Pachoud, and Jean-Michel Roy, eds., Naturalizing Phenomenology: Issues in Contemporary Phenomenology and Cognitive Science, Stanford, Calif.: Stanford University Press, 1999, pp. 272-273 (italics in original).

التكاملية المتولدة ذاتيا تمثل الزمن المدرك باعتباره منفصلا وغير خطي، و"الآن" بالنسبة للحاضر هو مدة تدوم 0.3 من الثانية (خلافاً للقالب الحاسوبي المعلوماتي للدماغ)، وهو ليس حصة زمنية ثابتة مثل الساعة الموقوتة وبالأحرى "أفق كامل horizon of integration" كما يرى فاريلا «لدينا أحداث مبنية على مستوى الخلايا العصبية مدتها ميزان10/1 وتشكل مجاميع تظهر كأفعال إدراكية غير منكمشة بل أفعال إدراكية مكتملة على ميزان 1، ويعتمد الزمن المكتمل ديناميكياً على عدد المركبات العصبية المشتتة وليس على مدة ثابتة متكاملة، وبعبارة أخرى إنها أساس لأصل المدة من دون ساعة ميقات خارجية أو باطنية[1].

وهذا المثال هو رمز لأطروحة هانسن خلال كتاب فلسفة جديدة لميديا جديدة، ويوضح الفيديو الرقمي الهجين عند فيولا المشاركة الإيجابية من الجسم مع التكنولوجيا، ونحن نتعرض يوميا لأحداث آلية machinic مثل عملية تدفق المعلومات في الكمبيوتر، وأصبحنا مغمورين في بيئة الحوسبة على نحو متزايد لعمليات آلية تحدث أدنى من عتبة 0.3 من الثانية في "الآن"، وبدلاً من كونها مواقع غير واعية لكتابات لهذه التدفقات الرقمية ـ المواقع التي ربما تكون محددة الاستعمال في المستقبل في بيئة ما بعد الإنسان posthuman، ويرى هانسن أن فن الميديا الجديدة توضح مثل فيولا كيف يخدم الجسم المؤثر والحساس تأطير المعلومات وتحفيزها إلى صورة رقمية يدركها الإنسان، وبمعنى مادي إن الجسم وحدة تحكم coprocessor للمعلومات الرقمية، وعلاوة على ذلك حين يرى هانسن الجمالية الرقمية للتكنولوجيا باعتبارها امتداداً للقدرة الإنسانية التي تتسع لفهم العالم المادي فإنه يحلل أعمالاً مثل خماسية فيولا Viola's Quintet لتأكيد مذهل وهو أن الحياة خلاقة بلا حدود ويصعب قرائتها، وما يمكن إدراجه وما هو قابل للتكرار قد يزيد، وكتاب فلسفة جديدة لميديا جديدة هو تحدٍّ لمعرفة واسعة مذهلة يقدم مصادر مناسبة للاشتراك في أسئلة ما بعد الأنسنة[2].

أجسام في رمز

يقول مارك هانسن في كتابه أجسام في رمز إن هذا الكتاب «هو واجهات بميديا رقمية تشكل الحجم المتوسط لما أتخيله أن يكون أحد الأساسيات المخصصة لميديا جديدة باعتبارها مرحلة مؤقتة للتكنولوجيات البشرية (تطور يربط الإنسان بالتكنولوجيا)، ويلي هذا الكتاب كتاب فلسفة

[1]- Ibid., pp. 276-277.
[2]- Mark B. N. Hansen: New philosophy for new media, pp18 -20.

جديدة لميديا جديدة، حيث يصنع حالة للدور المحوري لتجسيم الإطار في إنتاج صور بعيداً عن المعلومات وتسبق سياسات الحضور Presencing والتي أضعها ميديا جديدة كمصدر للتلوث contamination التكنولوجي لزمن الوعي المجسد، وأجسام في رمز هو واجهات بميديا جديدة تركز تحديداً على التجسيم وتكتشفه لذاته، وفي الصفحات الآتية سوف أتحول مباشرة إلى الفينومولوجيا الأكثر تطويرا للجسد وهي عند الفيلسوف الفرنسي موريس ميرليو بونتي لاستكشاف التقنيات التي لا يراها المطور، أعني كعلاقة لما يسبق الحس protosensory ودون الأداء التجريبي للمس، وكما يقدمه مشروع ميرليو بونتي وأصبح أساسيا على نحو متزايد.

وهدفي الصريح هو إظهار الأنطولوجيا النهائية لـ the flesh بوضعه مع الاختلاف الأساسي بين الجسم والعالم، وقد تتطلب التكنولوجيات نظرية تأصلية لتكنولوجيا الإنسان، لأن الإنسان في الأصل موجود موزع إلى واجهات حسية غير متداخلة بالعالم، وهي تتصف بأنها "فراغ gap " أو "شق divide " أو ما يسميه بونتي "فجوة écart "، وسوف أعرض للصورة الأولانية لهذه الفجوة وهي انتقال بين التجسيم والمرونة، والانتقال ينقل انبثاق الرؤية البصرية من حاسة اللمس الأولانية، وهذا الانتقال (العلاقة الأولية باعتبارشروطها) هي حالة (في الحقيقة تسبق الحالة protoinstance) لتلازم التكنولوجيات داخل الحياة المجسدة، ووفقا لهذا فإن التكنولوجيات تُفهم بمعناها الواسع كعلاقة للخارج وكانتقال شيء من الداخل إلى الخارج، وليست مجرد شيء يضاف على بعض الجواهر الطبيعية للحياة المجسدة، والأحرى يجب أن تفهم على أنها بعد تأسيسي للتجسيد من البداية [1].

وكما كانت الحال مع كتاب فلسفة جديدة لميديا جديدة، وقد استفدت من الفكر المحفز لأعمال مجموعة من الفنانين المعاصرين الذين أشاروا إلى استعمال ميديا رقمية متنوعة الطريقة لإدخال تقنيات إلى التجسيم، وقد يعين فن الميديا الجديد على توضيح رهانات التقنيات الفكرية فيما يتعلق بفلسفة بونتي، باعتبارها وسطاً جمالياً للتكنولوجيا الرقمية، لقد أُدخلت أبعاد تقنية للتجسيم لا يمكن تخيلها عند هذا الفيلسوف، والحق لا يمكن تخيلها في كتابات أي فيلسوف ظهر في منتصف القرن العشرين، ووفقا لهذا كرست الجزء الأول الطويل لنقل هذه التكنولوجيات والتجسيم، وسعيت إلى التقاط البوتقة التي تلعب دوراً بالفن في اعتقادي بتكريس سلسلة تحليلات مادية لعمل فني بعينه، وأملي أن تنعش هذه التحليلات كثيراً من النقاشات النظرية للتجسيم والانعكاسية.

[1]- **Mark B. N. Hansen Bodies in Code- interfaces with digital media, Routledge, United States of America, 2006, p ix.**

وعلى النقيض تقدم التحليلات المركزة في الجزء الثاني مثالاً نموذجياً لأجسام في رمز، وهي عبارة عن تجسيد موزع بالضرورة خارج الجلد في سياق التقنيات المعاصرة، وكل الموضوعات التي أُستكشفت هنا بيئات أفتراضية غير مرئية وقوالب نمطية في سياق أوامر رقمية، وهندسة معمارية في فضاء، ومسخ الرواية المعاصرة بميديا غير معيارية يقدم عملية فريدة من نوعها خلال يُنتج التجسيد بفاعلية في تزامن مع ميديا جديدة مرنة مصنوعة.

وأملي في كتاب أجسام في رمز أن يعيننا في تذكيرنا بالدور الحيوي والضروري الذي يلعبه التجسيم في أي تجربة إنسانية حتى في الواقع الأفتراضي، وبشكل عام الافتراضي في صوره المتعددة الذي ظهر في ثقافتنا المعاصرة، مع تلافي الضجيج الذي أحاط بالواقع الافتراضي في عشرة الأعوام المنصرمة، ونحن الآن في وضع مثالي لتحليل العلاقة العميقة بين التجسيم والافتراضية، ولتقييم مدى استيعاب الافتراض في الحياة اليومية.

وأراهن هنا على أن هذا التحول يشير إلى قبول أو على الأقل الاستعداد لقبول تلازم الأفتراضي في الحياة الإنسانية كصورة مجسدة للعيش، ووفقا لهذا أسعى لتوكيد أن الأفتراضي لا يقتصر على التكنولوجيات الرقمية المعاصرة (حتى لو كان الألفة بعينها منتقاة) وإنما تمتد إلى ما دون أصل الإنسان، وحالما فهمت بهذه الطريقة يمكن أن يُنظر إلى اقتران الأفتراضي بالتكنولوجيات القوية للحاسوب الرقمي على أنه مصدر غني للتجريب وتوسيع نطاق التجسيم البشري[1].

الخاتمة

انتهى المآل بالإنسان الغربي إلى عدم المصدقية في عالم الصور وأخرج المثل الصيني القائل "الصورة بمليون من الكلمات" إلى أن الصورة هي "مجال شك" وقد تجلت هذه الرؤية عند هنري برجسون وجيل دلوز حينما شككا في أن السينما صور مبتورة الزمن والحركة ولا تعبر عن الواقع الحقيقي المعاش، وبنى مارك هانسن رؤيته في رقمنة الأجسام وما يحيط بها بناء على هذا التراث، وتجلت رؤية هانسن في ضوء مؤلفاته الثلاثة التي توضح كيف يمكن أن نُشفر الأجسام الطبيعية وانفعالاتها في أرقام على الحاسب وتكون أكثر مصداقية، ويحاول هانسن أن يُذكر بالدور الحيوي والضروري الذي يلعبه التجسيم في أي تجربة إنسانية حتى في الواقع الافتراضي، وبشكل عام الافتراضي في صوره المتعددة الذي ظهر في ثقافتنا المعاصرة.

---

[1]- Ibid: op cit ppx-xi.

قائمة المصادر والمراجع:

أولاً: المصادر الأجنبية

- Mark Hansen :Embodying Technesis-Technology Beyond Writing, The University of Michigan Press, United States of America,2000.

2- Mark B. N. Hansen: Bodies in Code- interfaces with digital media, Rout ledge, United States of America, 2006.

3- Mark B. N. Hansen: New philosophy for new media, The MIT Press Cambridge, Massachusetts London, England, 2004.

ثانياً: المراجع العربية

1. جيل دولوز: الصورة – الحركة أو فلسفة الصورة، ترجمة حسن عودة، منشورات وزارة الثقافة، بيروت، 1997.

2. د. علاء طاهر: نهايات الفضاء الفلسفي، الفلسفة الغربية بين اللحظة الآنية والمستقبل، مكتبة مدبولي، القاهرة، 2005.

3. عبد الباسط الجهاني: جماليات السينما- الصورة والتعبير، دار إى كتب، لندن،2017.

4. هنرى برغسون: التطور المبدع، ترجمة جميل صليبا، اللجنة اللبناية لترجمة الروائع، بيروت، 1981.

ثالثاً: المراجع الأجنبية

1. Francisco Varela, “The Specious Present: A Neurophenomenology of Time Consciousness,” in Jean Petitot, Francisco J. Varela, Bernard Pachoud, and Jean-Michel Roy, eds., Naturalizing Phenomenology: Issues in Contemporary Phenomenology and Cognitive Science, Stanford, Calif.: Stanford University Press, 1999, pp. 272–273 (italics in original).

2. Friedrich Kittler, Gramophone, Film Typewriter, tr. Geoffrey Winthrop-

Young and Michael Wutz, Stanford, Calif.: Stanford University Press, 1999.

3. Gilles Deleuze, Cinema 1: The Movement-Image, tr. Hugh Tomlinson and Barbara Habberjam, Minneapolis, Minn.: University of Minnesota Press, 1986.

4. Jean Baudrillard, Simulations, New York: Semiotext(e), 1983.

5. Jonathan Crary, Techniques of the Observer: On Vision and Modernity in the Nineteenth

Century, Cambridge, Mass.: MIT Press, 1992.

6. Introduction David D. Denison, Mark H. Hansen, Christopher C. Holmes, Bani Mallick, and Bin Yu Lecture Notes in Statistics Nonlinear Estimation and Classification, editors, D.D. Denison, Springer-Verlag New York,2003

7. William J. Mitchell, The Reconfigured Eye: Visual Truth in the Post-Photographic Era,

Cambridge, Mass.: MIT Press, 1992.

رابعاً: شبكة الانترنت

- http://philosophyafternature.org/mark-b-n-hansen/

2- https://aahvs.duke.edu/people/profile/mark-bn-hansen

3- http://www.nama-center.com/ActivitieDatials.aspx?id=30698

الميديا بين التصنيع والتصنيم
رهانيَّة التَّسلط الأميركيِ والإرهاب

عامر عبد زيد الوائلي[*]

بلغ الزمن التكنو ـ إلكتروني حدوده القصوى مع ظهور ثورة الاتصالات في أواخر القرن المنصرم، غير أن هذا التطوّر العلمي لا يتوقّف عند حدود الاستخدام التقني، وإنما دخل في حركة النزاع بين الدول والمجتمعات. وقد لعب المركز الصناعي الغربي المنتج للميديا دوراً حاسماً في توظيف الإعلام المعاصر للهيمنة على الشعوب بمختلف المستويات.

في هذا البحث مسعى إلى الإضاءة على عالم الميديا بوصفه أداة للإخضاع والسيطرة.

المحرر

نود هنا أن ندخلَ في الإطار النظريّ لهذا البحث، وهو جدلية الصراع بين الأنا والآخر سواء أكان الآخر الغربيّ أم الآخر الشموليّ الأصوليّ الإرهابيّ الذي يرفض التحاور أو التعايش ضمن فضاء تعدديّ، وعلى هذا الأساس نَلمسُ أثَّرَ حروب الإرهاب المدمّر للواقع العربيّ الإسلاميّ وكيف تحولت المنطقة إلى أتون مشتعل يسهم في إشاعة الهيمنة الغربيَّة. إذ تبدو تلك الاستراتيجيَّة القائمة على الخوف والتخويف جليَّة، فهي استراتيجية كبرى تَتَّبِعُها قوى الهيمنة؛ للحفاظ على مصالحها وهيمنتها، وبناء مواقع متقدمة لها في بلداننا العربيَّة.

وهي استراتيجية تغذيها مراكز التفكير(Think tanks) «فهي مراكز فاعلة ومؤثِّرة في مختلف المجالات الحيويَّة اليوم. وهي تمثل وجهاً إيجابياً هو استثمار المعرفة وحسم الصراع بين المثقف وصاحب القرار، ووجهها السلبيّ هو توظيف معطيات البحث العلم ومخرجاته لبسط السيطرة من

* ـ أستاذ الفلسفة الوسيطة (إسلاميّة - مسيحيّة)، جامعة الكوفة / العراق.

أجل الهيمنة والتخطيط للحروب واستثمار نتائجها لمصلحة الشركات والدول الكبرى «[1].

وبهذا تبزغ راهنيَّة هذه المشكلة بأبعادها المترامية الأطراف كلها، وقد شكَّلت منهلاً واسعاً وثراً للدراسة. ومن الممكنِ جمعُ ثنائية (التصنيع والتصنيم) التي تمظهرت في العلاقة بين العقل الإمبراطوريّ الأمريكيّ والعقل الأُصوليّ الإرهابيّ. وسنتناول أهمَّ ما يُميِّز هذا الموضوع بالتحليل:

من خلال تحليل الخطاب الإعلاميّ، وكيف هَيمَنَ عليه «العقل الاستراتيجي «- بحسب توصيف هابرماس- المتمركز حول الذات الغربيَّة، إذ كشف عن جملة من المشكلات، منها : الهيمنة الغربيَّة، وصراعات القوى المتحالفة مع قوى دوليَّة، وهناك مشكلة التداخل تتجلى في علاقة الآخر الغربيّ بالذات العربيَّة الإسلاميَّة وإحلال التواصل والتعاون بدلاً منها، وعلى مستوى التداخل تظهر مشكلة التنمية والتعليم وتأسيس مؤسسات سياسيَّة على أُسس عصريَّة تقوم على التعددية السياسيَّة، ومن ناحية أخرى هناك ضرورةٌ لبناء المجتمع على أُسس جديدة بدل التشويهات الطائفيَّة والإثنية وإحلال منطق التعايش بديلاً من منطق الإقصاء والتهميش السياسيّ والحقوقيّ والاجتماعيّ؛ مما يعني إعادة النظر بالعقل الاستراتيجيّ القائم على الهيمنة الشموليَّة، وإحلال المنطق التواصليّ المتسامح الذي يقود إلى الاعتراف بالحقوق لكل طرف ضمن علاقة تقوم على تأسيس إجماع سياسيّ واجتماعيّ جديدين ضمن فلسفة سياسية معاصرة، تحاول تجاوز الأزمة العالمية ونقدها، (هي أزمة الإنسان المعاصر والعقل الكونيّ في مواجهة المشكلات والعقلانيات المسيطرة التي تزداد تأزماً وتعقيداً، كما هي حال المشكلات الأمنية بشكل خاص، حيث محاربة الإرهاب، تولد المزيد من العنف الأعمى والقتل المجاني والعمل البربري)[2] وهي في الوقت نفسه تخلق ردود فعل، فحين يُنظر إلى أيّ دولة على أنها تحاول الهيمنة على الدول الأخرى يبرز "ردُّ فعلٍ " يقاومها.

وهذا يبدد الجهود في مواجهة المشكلات الحقيقة لنا جميعا مثل أزمة البيئة العالمية التي يمكن أن تجعل جوانب تقدمنا الأخرى كافة بلا معنى، إذا لم نتعامل معها بنجاح، فإنَّ تصاعدَ حدِّ الجفاف والفيضانات الكاسحة والعواصف الهوجاء، أَثرٌ قاسٍ حقا[3].

وفي النتيجة إنَّ الأطروحة التي نحاول تقديمها هنا هي كشف التلازم والتداخل بين العقل الاستراتيجيّ أي الهيمنة الأمريكيَّة والإرهاب، من خلال تحليل الخطاب الإعلاميّ الغربيّ عامةً

[1]- أميركان انتربرايز انستيتيوت، ترجمة وعرض: محمود المقيِّد، المركز الإسلاميّ للدراسات الاستراتيجيّة العتبة العباسيّة المقدّسة.، ط1، بيروت، 2017، ص 6-7.

[2]- علي حرب أزمة الحداثة الفائقة، المركز الثقافي العربي، ط2 الدار البيضاء، 2008، ص15

[3]- انظر: ال جو، هجوم على العقل،ترجمة نشوى ماهر، دار العبيكان، ط1، 2009، الرياض، ص 243.

والأمريكيّ خاصة، ومعرفة دوره في تصنيع صورة متخيَّلة عن العدو المتمثل بالإسلام أو ما يعرف « الإسلاموفوبيا »، وفي مقابل هذا هناك التصنيم المتمثل بالخطاب الإرهابيّ الإعلاميّ، الذي يحاول رسمَ صورةٍ متوحِّشةٍ غيرَ قابلةٍ للتعايشِ، وهذا يتجلى في خطابه بوضوح.

إذ يمكن تأصيل الصورة على مستوى اللغات هناك تعددٌ للمصطلحاتِ المستعملة في التعبير عن «الصورة » في اللغة العربيَّة، وفي اللغة الإنجليزيَّة؛ ففي اللغة العربيَّة نجد مصطلحات: الصورة، والصورة الذهنيَّة، والصورة النمطيَّة، والتعميمات النمطيَّة، والقوالب النمطيَّة الجامدة وغيرها. وفي اللغة الإنجليزيَّة نجد مصطلحات عديدة أبرزها «the image » و«tabloid» وغيرها"[1]. وقد تجلت هذه الصورة في الخطاب الإعلامي الأمريكيّ والإرهابيّ معًا في نظرتهم إلى الآخر خارج الذات، وكان بين هذين الخطابين بنيةٌ مشتركةٌ عامّةٌ هي العقل الاستراتيجيّ. ومن ناحية أخرى فإنَّ الصورة النمطيَّة التي يرسمها الإعلام الغربيّ يحاول الخطاب الإرهابيّ أن يقرَّها على مستوى القول والعمل. ومن ثَمَّ يمكن نجد أنَّ أهمَّ تمظهرات هذه الأطروحة في ما يعرف بآليات إنتاج العدو، وغاياته المنشودة في صناعة الظروف المناسبة لظهور الخطابات المتشددة في المنطقة التي تحوِّلُه إلى شرطة عند الغرب؛ مما يعني ظهور خطابات متطرِّفة تعمل تحت الأرض من أجل نبذ المجتمع وتكفيره؛ لأنه صامت على استبداد الحكومات. والاستفادة من وجود الأنظمة المستبدة من أجل خدمة أهدافهِ؛ وفي النتيجة جعلها أداةً في خدمة أهداف الغربيّ في المنطقة.

إنَّ انتشارَ نمطٍ جديدٍ من الشروخ المجتمعية يستحضر الانقسامات القوميَّة والاثنيَّة والطائفيَّة، وهذا أدَّى إلى اختلاق حروب إثنيَّة جديدة على منطقتنا (الشرق أوسطية) التي هي أكثر الجغرافيات تعرضًا لتأثير هذه الحروب المفترضة؛ لأنها خاضعة لتوصيفات إشكاليَّة كثيرة؛ فيستخدمها العقل الغربيّ الأمريكيّ في مواجهاته لأزمات الصراع الحادثة في المنطقة. ولأنها تضجّ أيضا بأنواع كثيرة من الأعداء الأيديولوجيين والدينيين والعقائديين؛ تكون ممتلئةً بأشكالٍ متقاطعة من الثقافات العدوانيَّة والثقافات التابعة التي تجعل منها ميدانًا واسعًا لصراعات داخليَّة معقدة، وهي ميدان لصراعات غير متكافئة مع أعداء عابرين للقارات وأعداء دينيين ذوي مرجعيات تاريخيَّة، وربمَّا أعداء لهم توصيفات إرهابية اكتسبت سمة التوهم بالعالميَّة. وهذا يكشف أن هذه التوصيفات والتحليلات محكومة بالأحكام المسبقة؛ وهذا يجعل تلك المناهج المعتمدة من الخبراء العلميين تفتقر للمسوغات العلميَّة في تحليل الأسباب المباشرة والكامنة خلف ظاهرة الأصوليَّة عامة

[1]- أيمن منصور ندا، الصورة الذهنية والإعلامية، المدينة برس، القاهرة،2004 (د،ط)، ص19.

والإسلامية خاصة، من خلال كشف آليات التفكير التي لا تزال مجهولة لدى هؤلاء الخبراء سواء كان هذا على صعيد المنهج العلميّ أو الرؤية الموجَّة لهؤلاء الخبراء على مستوى تحديد الأولويات على أساس المنطق العلميّ الذي فشل في تعزيز طرق البحث، والنماذج الجاهزة التي تم وراثتها عن برامج العلوم إلاجتماعية[1].

وعلى الرغم من هذا النقد نجد أنَّ تلك المراكز البحثيَّة قد اعتمدت آليات متعددة من أجل تعميق الشرخ الإثنيّ والطائفيّ؛[2] ولننظر إلى أدبيات وسائل الإعلام الأميركيَّة والغربيَّة إلى هذه المنطقة التي توصف بأنَّها منطقة أزمة دائمة، ومنطقة تسخين أَمني، لها علاقة بما يسمى بأمن المصالح الدوليَّة، أو ما يعرّض (المجتمع الدوليّ) كما يرد في الأدبيات الغرب أميركيَّة إلى تهديدات خطيرة، كما أنَّ طبيعة الإعلام الموجّه إلى هذه المنطقة يأخذ حيزا كبيرا في وسائل الأعلام الأميركيَّة بشكل خاص.

إنَّ الصراعات تستهلك الأموال من أجل التسليح من الصناعات العسكرية الأميركيَّة والغربيَّة[3]؛ وفي النتيجةِ يُشرعنُ الخطابُ السياسيّ الأمريكيّ شَنَّ الحروبِ من أجل تسويغ التدخل في المنطقة وغزوها وتدميرها.

هذه هي فرضيةُ البحث، فإنَّ الاثنين متوافقان على اختلاق المسخ العدو، ثم يسوّغان الحربَ وتدمير المنطقة وإخضاع شعوبها للموت.

إنَّ هذه الاستراتيجية القائمة على التخويف نجدها في الخطاب الإعلاميّ الأمريكيّ ونجدها أيضًا في الخطاب الإعلاميّ الإرهابيّ، وهو ما نحاولُ تحليلَهُ أو توصيفَهُ هنا.

المبحث الأول: ظاهرةُ التصنيع في الإعلام الأمريكيّ:

هناك تعريفات تصف عملية الاتصال، فمن الزاوية النفسيّة نجد تعريف «هوفلاند «:» الاتصال هو العملية التي يقوم بمقتضاها الفرد القائم بالاتصال بإرسال مثير عادة ما يكون لفظياً لكي يعدِّل من سلوك الآخرين».

[1]- Hughes, Aaron W.Situating Islam: The Past and Future of an Academic Discipline. London and Oakville, Conn., 2008. Essays from the critical perspective of religious studies

[2]- انظر: رالف بيترز، حدود الدم كيف سيبدو الشرق الاوسط بحالته الافضل ؟، ترجمة على الحارس، مجلة ارمدفورسس «القوات المسلحة » الامريكية،عدد يونيو 2006، بواسطة شبكة عراق المستقبل.حيث تظهر الاستراتيجية بوضوح في تقسيم المنطقة بعد الاستثمار الانقسام الاثني.

[3]- http://www.alsabaah.com/ArticleShow.aspx?ID=19485

ويعرفه «دافيد بيرلو»: «السلوك الاتصالي يهدف إلى الحصول على استجابة معينة من شخص.

أمَّا من زاوية اجتماعية فيعرِّفُه «جورج جدبتر» بقولِه:» الاتصال هو العملية التي يتفاعل بها بعض الأطراف من خلال الرسائل من سياقات اجتماعية الاجتماعية التي يتم بمقتضاها تبادل المعلومات والآراء والأفكار في رموز دالة، بين الأفراد أو الجماعات داخل المجتمع وبين الثقافات المختلفة لتحقيق أهداف معينة»[1].

والتأثيرُ الأخطرُ للإعلام ضمن هذه الأبعاد النفسيَّة والاجتماعيَّة يتمثل في أنَّهُ يسهم بدرجة كبيرة في تشكيل إدراكنا الواقع، وإذا قلنا إنَّ الإنسانّ يتفاعل مع الواقع بحسب تصوره له؛ فإنَّ الجهة التي تشكل إدراك الإنسان واقعَه تحكم فيه حرفياً[2]. وفي النتيجةِ إنَّ الحديثَ عن حضور الإعلام في الواقع جعل بعض النقاد يبينون أَثرُهُ الذي وصل إلى حد خلق واقعٍ مغايرٍ للواقع الحقيقي وبديلٍ منه، فقول جان بودريار في مقالته الشهيرة بعنوان «حرب الخليج لن تقع». كان العنوان لافتاً في لا معقوليته نابعًا من تأويل للحدث، فقال: حين يراقب العالم الحرب على شاشة التلفزة يشعر أنَّ الحرب لا توجد في الواقع، بل فقط على تلك الشاشات.[3] ولعل تأويلَه نابعٌ من بلاغة الخبر الإعلامي وأثره الذي فاق ما هو واقعي فهو القائل «ما يميز ما فوق ـ الواقعية هو أنها تعدم العلاقة الثنائية بين الدال والمدلول، لتبقى الرمز فقط...فإن الرمز...لا يحجب الواقع بل حل هو نفسه مكان الواقع، بتدميره ثنائية الدال والمدلول. مما يعني أن سلطة الرمز افترست المرجعية التي يشكلها أو كان يشكلها الواقع....ولما كان الواقع مدمراً وحقيقة مدمرة، لا يعود هناك مجال لغير الكلام على حقيقة المصطنع»[4]. وهكذا تظهر مفردة التصنيع جليةً؛ بمعنى أنَّ الإعلامَ هو من يقوم باختلاق عالمٍ بديل يعبرِّ عن مالك أدواتِ الإعلام. فهذا العالم ليس حقيقيًّا بل هو مزيفٌ يحلُّ محل الحقائقِ بقوّة مالك أدوات الإعلام على صناعة الحقائق الواقعية وتشويهها؛ فهو صورة كاذبة تحل محلها وهذا أيضًا ما يؤكِّدهُ جان بودريار بقوله:"لا يعني البشر التقنيين، لا يعني المأجورين والموظفين والمتخصصين، فهم أقرب إلى الآلة الذكية يقودها ويشغلها بشر يملكونها»[5] فهذه الأداتية هي من أبرز معالم العقل الاستراتيجية كما يقول هابرماس إذ يؤكّد في كتابه (التقنية والعلم) كإيديولوجيا إلى عقل الأداتي يعبر عن العقلانيَّة الأداتية التي لها أثرٌ مهمٌّ في المجتمع الرأسماليّ

[1]- أحمد فهمي، هندسة الجمهور، مكتبة مجلة البيان، ط1، الرياض،1436ه ص ص25.

[2]- المصدر نفسه، ص 31.

[3]- محمود حيدر، الدولة المستباحة من نهاية التاريخ إلى بداية الجغرافية، دار الفارابي، ط1، بيروت،205، ص111.وانظر: بيير بورديو، التلفيزيون والتلاعب بالعقول، ترجمة، درويش الحلوجي، دار كنعان، ط1، دمشق،2004.

[4]- جان بودريار، المصطنع والاصطناع، ترجمة جوزيف عبد الله، مركز دراسات الوحدة العربية، ط1، بيروت، 2008، ص 27-28.

[5]- نفس المصدر، ص 36.

الغربيّ»[1].

فالتأويل بهذه الصيغة بعيد عن الحوار والتواصل القائم على تقديم الحجج والبراهين، بل يعتمد على فرضِ صورِ مصطنعةٍ تحلُّ مَحلَّ الواقعِ وتعمل على تزييف الوعي؛ لهذا يؤكد «قدم الإعلام الغربي عن حربِ الخليج صورةً إيدلوجية ليس لأن الإعلام مستقل وسيد نفسه بل لأن القوة القابضة عليه استخدمته للتضليل.»[2] وهذا يجعلنا نواجه واقعًا مزيفًا(Rseudo) أو واقعا متخيلاً (ietual)، يتمُّ اصطناعُهُ عن الآخر أو ميتاخرافة Matafictiom. [3]

فالتضليل كان يستثمر ملكية أدوات العلم من أجل إيصال رسالة مصطنعة تخدم الأهدافَ الأمريكيَّة وغاياتها؛ فقد كانت تلك الصورة النمطيَّة التي تحملها تجاه الآخر مغلَّبةً على الواقع وحالّةً محلّهُ عبر هيمنتها الإعلاميَّة التي أدرك «الاستراتيجيون، والأميركيون على وجه الخصوص، هذا الأمر بدقة، وفهمه، وسيكون عليهم تعزيز وهذه القوة الخفية المقتدرة وتعظيمها، حتى إنَّ كثيرين منهم لم يتورعوا عن وضع سلاح الإعلام كسلاح موازٍ للسلاح النوويّ وأسلحة الحرب الإلكترونيَّة، وكذلك للأسلحة التكنو - اقتصادية بأحيازها المختلفة.»[4].

فهؤلاء يقدِّمون المخطَّطات الاستراتيجية للسلطة التي تحاول فرضَ هيمنتها على مقدرات الدول، وهي تنزع بدافع الرغبة ضمن جدلية التملك والعطاء؛ وهذا يدفعها إلى الهيمنة العسكريَّة والإعلاميَّة وهما أداتان تمكّنان من انتزاع الاعتراف بها بالإكراه والتضليل «تلك التي تسيطر على عقول الناس عبر الصورة والصوت أي على أثير هوىً محموم شاء صانعوه أن يصيروا به أسياد العالم الجدد. وذلك ما يسميه ناقدو «الميديا المعولمة» بـ«الإمبريالية الناعمة». تلك التي تعرج في الأثير إلى اللاّمتناهي فتتجاوز الحدود، وتنكث العهود، وتخرق سيادة الدول، حتى لتدخل البيوت من غير أبوابها، وسيتلقاها الجميع بطيب خاطر، كما لو كانت عضواً حميماً في الأسرة لا مناص من الاستئناس به في أي وقت. وسيمكن هذا الهابط إليك من عَلٍ أن يشاطرك سرَك وسَترك من دون إذن، يُسمِعُك ويُريكَ ما ترغب وما لا ترغب.....

إنَّ الغرب عامَّةً والولايات المتحدة الأميركية خاصة سيأخذون بناصية الظاهرة الإعلامية وجعلها

[1]- أبو النور حمدي ابو النور حسن، يورجين هابرماس الأخلاق والتواصل، دار تنوير،ط1، بيروت، 2009، ص 133.
[2]- جان بودريار، المصطنع والاصطناع، ص 37.
[3]- والميتاخرافة Matafictiom:كل قصة او عمل يؤدي فيه الخيال دوراً رئيساً، مصوراً للناس والأحداث بطريقة مختلفة.انظر: مقدمة المترجمة، ليندا هنشيون، سياسة ما بعد الحداثية، ترجمة، حيدر حاج إسماعيل، المنظمة العربية للترجمة، ط1، بيروت،2009، ص 16.
[4]- محمود حيدر، الدولة المستباحة من نهاية التاريخ إلى بداية الجغرافية،ص112.

القوة الأكثر سحراً في إنجاز عمليات الامتداد والسيطرة..»[1].

فهذه السلطة الإعلامية سواء أكانت موجهةً إلى الداخل من أجل إقناعه بخطاب الدولة وتخويفه من العدو الخارجي أم موجهة إلى الخارج من أجل تسويغ التدخل؛ فإنَّها سياسة تقوم على قاعدة قوامها «إن الإنسان لا يرى أولاً ثم يعرف، ولكنه يعرف أولا ثم يرى، ففي العالم الذي يتصف بأنه محيرٌ ومربك نحن نتقي ما عرفته لنا الثقافة ثم نميل إلى إدراكه في الصورة التي صنعتها لنا الثقافة»[2]. فالثقافةُ الغربيَّة تشكل البطانة اللاشعوريَّة، ولعل هذا واضح في» مفهوم الغيريَّة في الفكر الأوربيّ وهي مقولةٌ تؤسِّسُها فكرةُ السلب أو النفي، فالأنا لا يفهم إلَّا بوصفه سلباً، أو نفيًا لـ «الآخر» على أساس أنَّ الفكرةَ المؤسِّسةَ لفلسفة «الذات» هذه هي كوجيتو ديكارت... إلى هيجل وماركس إلى سارتر والذين جاؤوا من بعده[3] «وكما يقول فرنان بروديل: «... إن الحضارات، في الغالب، ما هي إلا «تجاهل وإنكار، احتقار وكراهية للآخر ولكنها ليست هذا فحسب، لأنها أيضا تضحية وإشعاع، وتراكم للثروات الثقافية وأرصدة لذكاء»[4]. وهكذا تكون هناك ثقافة سواء كانت غربيَّة أو عربيَّة إسلاميَّة تشكل المرجعيَّة الفكريَّة والتربويَّة؛ وتأتي الصورةُ من أجل استثارتها وتوظيفها في صناعة وعي الجمهور، أو ما يعرف هندسة الإجماع (The Engineering f Consent) وهو مصطلح جاء به «إدوارد بيرنيز» يول: «لو أننا فهمنا آليات العقل الجماعيّ لنسق محدد حسب رغبتنا دون أن يدركوا ذلك» وبالتالي ما الذي يمنع أن تكون سلوكياتك وردود أفعالك في مجالات متعددة متأثرة -لا شعوريا - بما تتلقاه يوميا من رسائل...[5]. ومن هنا نستطيع توجيه وعي الجمهور واصطناعه من خلال وسائل متعددة في صناعة الصورة ونقلها، و«توجد كثير من العوامل التي تهيِّئ لوسائل الإعلام القيام بهذا الدور، أوَّلها: الانتشار الواسع لوسائل الإعلام، وثانيها: استيلاؤها على أوقات الأفراد ومنافستها الشديدة للمؤسسات الاجتماعيَّة في مجال التأثير الجماهيريّ، وثالثها: إيقاع العصر الحالي الذي يتسم بالسرعة من ناحية وبعزلة الأفراد عن بعضهم البعض...»[6]؛ ولكن هل معنى هذا أنَّ أمريكا قوة مهيمنة على العقول أو هي دولة مرفوضة ؟ والجواب نجده في تلك النقود التي قدمها عددٌ من الباحثين الأمريكان إذ أشاروا إلى تدهور التأثير الأمريكيّ في إنتاج تأييد

[1]- المصدر نفسه،ص112.وانظر: كولن مويرز، الإمبرياليون الجدد إيديولوجيات الإمبراطورية ترجمة،معين الإمام، دار العبيكان، ط1، الرياض، 2008، ص 305.

[2]- أيمن منصور ندا، الصورة الذهنية والإعلامية، ص68.وانظر: هربرت جورج ويلز، حرب العوالم، ترجمة شيماء عبد الحكيم طه، مؤسسة هنداوي،ط1، القاهرة،2013.

[3]- محمود نور الدين أفاية، الغرب المتخيل صورة الآخر في الفكر العربي الإسلامي، المركز الثقافي العربي ط1، بيروت 2000، ص 25.

[4]- محمد نور الدين أفاية، صورة الغيرية، تجليات الآخر في الفكر العربي الإسلامي، المركز الثقافي للكتاب، ط1، بيروت، 2018، ص136-137.

[5]- احمد فهمي، هندسة الجمهور، ص 9.

[6]- أيمن منصور ندا، الصورة الذهنية والإعلامية، ص 112.

عالميّ لما تريده أمريكا «وعلى الرغم من التفوق الأمريكيّ في مجال التكنولوجيا والدراسات العليا، لم تعد تستطيع الافتراض، كما فعلت في الأيام المجيدة التي أَعقبت الحرب الباردة، بإقناع الرأي العالميّ بالخطاب الأمريكيّ. ولم تعد نستطيع الافتراض بأنَّ العالم الخارجيّ على استعداد ليتماهى مع فكرتها عن (الحياة الجيدة) باعتبارها جذابة عالمياً.»[1] وهو أمرٌ أدركَهُ أوباما إذ قال عن نظرة العالم إلى زيارة الوفود الأمريكيَّة الرسميَّة إلى تلك الدول: «إن ذلك يجعلك تتوقف وتتساءل حين يرفع الناس هناك أبصارهم إلى المروحيات الأمريكيَّة، هل يشعرون بالأمل أو الكراهيَّة؟»[2].

فهذا الموقف هو نتيجة حتميَّة للسياسة العدوانيَّة والإعلام المضلل الذي يحاول تسويق تلك السياسة؛ فهذا الإعلام يعتمد أساليب تقوم على التلاعب بالعقول وتشكيل صور ذهنيَّة تقوم على آليات متنوعة، منها: شخصنة المواقف والأحداث (personalization)، ومنها إضفاء الطابع الدرامي على المواقف والأحداث (Dramalization)، أو اعتماد آلية تجزئ المواقف والأحداث (Fragmentation)، أو اعتماد آلية تنميط المواقف والأحداث (Narmdizaation)[3]. وتشكل هذه الآليات جزءًا من الوسائل التي تعتمد التضليل، ولكنَّها تقوم على استراتيجية صناعة العدو، وهذا يتطلب شكلاً من أشكال العنف الرمزيّ، وهي تتشابه مع الحركات الإرهابيَّة باعتمادها وسائل الإعلام، وفي الإرهاب اعتماد العالم الرقميّ أكثر من غيره؛ لأنَّه يتوافق مع نشاطهم الإرهابيّ، ولكنَّهما يحاولان معًا أن يتجاوزا عائق المكان والزمان اللذين يعوقان الاقتراب بين الناس جغرافيا؛ فأصبح هذا الفضاء الرقميّ مجالا رحبًا من أجل صناعة التواصل، فضلاً عن الفوضى الخلاقة أو إدارة التوحش[4] أو حروب الجيل الرابع[5] التي تقوم على التدريب والتحريض؛ من أجل جعل

[1]- نيثان غردلز، مايك ميدافوي، الإعلام الامريكي بعد العراق –حرب القوى الناعمة،المشروع القومي للترجمة،ط1، القاهرة، 2015، ص 38.
[2]- المصدر نفسه، ص 43.
[3]- أيمن منصور ندا، الصورة الذهنية والإعلامية، ص 113-115.
[4]- وهو كتاب: أبو بكر ليس هو الاسم الحقيقي لمؤلف تلك المقالات ويقول مراقبون إنها شخصية لضابط مصري هو سيف العدل- منسق الشؤون الأمنية والاستخباراتية في تنظيم القاعدة- وربما هو محمد خليل الحكايمة نفسه بسبب تشابه الأسلوب. وقد منع الكتاب من التداول في كثير من الدول العربية لكنه أصبح متاحاً لاحقاً في أكثر من 15 ألف رابط في الشبكة العنكبوتية، وحسب بيان رسمي لوزارة الداخلية السعودية فقد تم الإعلان عنه في 1429/6/21 كأحد الأعمدة الفكرية لتنظيم القاعدة في جزيرة العرب، كما ترجمته وزارة الدفاع الأميركية للغة الإنجليزية بعد أن عثرت المخابرات الأميركية على وثائق ورسائل موجهة من بن لادن وإليه تشمل فصولاً من هذا الكتاب، فاهتم به المختصون الأميركيون وقام مركز مكافحة الإرهاب في كلية ويست بوينت العسكرية بترجمته إلى الإنجليزية بعنوان إدارة الوحشية وتم توزيعه على المسؤولين في الدوائر السياسية للحكومة الأميركية والمسؤولين في وزارة الدفاع.
[5]- إن حروب الجيل الرابع أهم ما فيها الدخول في الحرب من دون خسارة أموال وأنفس، وتقوم على خمس أشياء أساسية أولها دعم الإرهاب، وإنشاء إرهاب دولي متعدد الجنسيات، واستخدام الإعلام ووسائل التواصل الاجتماعي، واستخدام طرق معنوية ونفسية تدميرية، وأخيراً هدم الرموز واصفاً إياها بأخطر حرب عرفها العالم منذ بداية الوجود ويتم دراستها في المعاهد الاستخباراتية والعسكرية بسبب خطورتها، بالإضافة إلى أن فكرة الجيل الرابع نجحت في ترسيخ فكرة أن المجتمع فاسد.انظر: ياسر الغبيري،(نبيل فاروق: الجيل الرابع من الحروب يحولك لجندي بجيش عدوك)، حوار تم خلال استضافت قاعة ضيف الشرف بمعرض القاهرة الدولي للكتاب، ندوة لمناقشة كتاب «حروب الجيل الرابع- حين تصبح أنت جيش عدوك»، بحضور كاتبه نبيل فاروق، وأدار المناقشة الكاتبة نشوى الحوفي جريدة:بوابة العرب.

الدول- التي تراها الولايات المتحدة دولاً معادية- منهكة ومفكَّكة ولا بدَّ من إزالتها، وهو هدف الإرهاب نفسه القائم على مخطَّط صناعة التوحش والإنهاك وصولاً إلى التفتيت وإقامة إمارات إرهابيَّة؛ فهي تعتمد وسائل احترافية بمنطق العنف المفرط من أجل تحقيق غايات سياسيَّة، وهو جزء من الفضاء والبيئة الرائجة بمرجعياتها ورموزها وتعاليمها أو بخطاباتها وأحكامها وفتاواها. ولكنَّها مشتبكة على الرغم من تضادها العلني بأمرين:

الأول: أنَّها تحقق الخطاب الإعلاميّ الغربيّ عامةً والأمريكيّ خاصةً في نموذج العدو الذي تم تخليقه حتى تنطبق عليه سمات العدو، كما يظهر في الصورة النمطيَّة وفي النتيجة تسوغ أعمال العنف والغزو أو ما يعرف بحروب الإرهاب.

الأمر الآخر: أنّ هذا العدو هو جزء من السياسة الأمريكيَّة التي تسعى لتفتيت المنطقة، وتبدأ بالدعم والتدريب على أشكال الاحتجاج وسياسة اللاعنف[1]. وصولا إلى المواجهة العسكريَّة حيث تحول الدول المقصودة بهذه السياسة إلى دول مستبدة وإرهابية وفاشلة وتصدر فيروسات إرهابيَّة.

وهذا موضوع يمكنُ تَتبُّعُ آثاره في مخططات الإعلام ودوره في صناعة العدو حيث إنَّ من يخالفنا يتم عرضه في صورة «الغريب الشيطانيّ» من خلال الآليات الإعلاميَّة الآتية:

أولاً: تجريد العدو من شرعيته: فالتجريد يعني إنكار لآدميَّة الجماعة موضوع التصنيف، عبر استخدام مضامين شديدة السلبيَّة، عندما تصنف الجماعة الأخرى بوصفهم (أعداء)- أي كل أعداء أمريكا- لهذا تضعهم في قوالب مرفوضة كليًّا من أعضاء الجماعة الداخليّة أي المجتمع الأمريكيّ، وقد تَمَّ تصوير الآخر له إرهابيًّا قاتلاً بصور نمطيَّة سلبيَّة مدعومة بثقافة سابقة تجاه الآخر أي الإسلام...الخ، فالإعلام يسهم بإخراج الآخر من كل معاملة إنسانيَّة.

ثانيا: تجريده من الإنسانية (Dehumaniza)، ويتم ذلك بطريقتين، الأولى: وصف الأعداء بصفات لمخلوقات أدنى من مرتبة الإنسانيَّة، أو بصفات مخلوقات أقوى من الإنسانيَّة ولكنَّها مخلوقات خبيثة..أمَّا الطريقة الأخرى: فهي النبذ والإبعاد (Outeasting) كونهم قتلة أو إرهابيين....

ثالثاً: الوظائف التي تحققها وسائل الإعلام للمجتمع من عملية تجريد الآخرين من شرعيتهم، وذلك من أجل تبرير التصرفات السلبيَّة جدا للجماعة الداخلية، ومن خلال عملية التجريد أيضًا

[1]- وهي اكاديمية التغير أو اللاعنف، وهي تحاول اعداد وتدريب القيادات الفاعلة من أجل احداث الفوضى الاجتماعية والسياسية، وهناك سلسلة كتب ومحاضرات، ومناهج تدريبية في إحدى الدول الخليجية.

يتم إبراز الخلافات والفروق بين الجماعات (أي الدول والشعوب التي يتم محاصرتها أو غزوها)، والجماعة الداخليَّة (أي الشعب الأمريكيّ)....[1].

هذه الوسائل استخدمها الغرب عامة في أثناء الاستعمار ومارستها أمريكا بعد زوال الاتحاد السوفيتيّ؛ من أجل صناعة العدو، وقد عاش العراق حصارًا قاسيًا إجراميًّا،وعنفًا مفرطًا، وعاش الإرهاب، ولكلِّ ذلك آثارٌ مدمرةٌ مسوغة بفعل الإرهاب وأسلحة الدمار الشامل. وتعيش سوريا واليمن وليبيا كلها اليوم حالة الإرهاب والحرب؛ ويتم تسويغ ذلك كله بمسوغاتٍ مشابهة.

بل إنَّهم يمارسون برمجة السلوك حتى على المستوى الداخليّ من دون أنْ يشعرَ المتلقي بهذه الصناعة للجمهور؛ عبر ثلاث آليات:

-1 **تداعي المعاني:** ربمَّا تُستخدم الصور السلبيَّة كمثير إضافي مع شخص أو مجموعة من الناس، بصورة متكررة لإحدى التطبيقات الأكثر تداولاً في المجال الإعلامي [2].

-2 **التعزيز أو التدعيم:** يتعلَّم الإنسانُ الاستجابةَ للمتغيِّر الإضافي بصورة ايجابية، وحين يكون المثيرُ طبيعيًّا فإنَّه يبعث بدرجة أكبر على الرضا والسعادة [3].

-3 **المحاكاة:** يميل الإنسان إلى تصديق ما يكون مصحوبا بمثال عمليّ أو تجربة شخصيَّة فهو يكتسب سلوكيات معينة بطريقة أسرع من خلال محاكاته للآخرين وخاصة حين يكون هؤلاء من ذوي التأثير والشهرة [4].

ويمكن أن نَلمس هذه الآليات ودورها في صناعة الجمهور أو التلاعب به من خلال ما تحدثنا عنه من استثمار الثقافة وما فيها من رواسب، وصور نمطية وإعادة توظيفها في اختلاق العدو يضاف لها أنَّ الإعلام الأمريكيّ يحاول «أن يخلق مفارقة بين ملامح المسلم أو بعض سلوكه الدينيّ مثل: أداء الصلاة أو قراءة القران، وبين القيام بأعمال عنف، وهو ما أدَّى إلى وقوع حلات متكررة اتخذت منها إجراءات متحيِّزة ضد مسلمين يقومون بالصلاة في بعض المطارات مما يثر صورًا أو ارتباطات ذهنيَّة لدى الآخرين يجعلهم يتوقعون ارتكاب اعمال عنف[5].

---

[1]- انظر: أيمن منصور ندا، الصورة الذهنية والإعلامية، ص 118-120.
[2]- أحمد فهمي، هندسة الجمهور، ص 52.
[3]- أحمد فهمي، هندسة الجمهور، ص55.
[4]- المصدر نفسه، ص 56.
[5]- المصدر السابق، ص 52-53.

المبحث الثاني: «ظاهرة التصنيم» في الخطاب الإعلاميّ لدى رعاة الارهاب بعد حديثنا عن ظاهرة التصنيع أو الاختلاق أو هندسة الجمهور، نجد أنَّ التصنيمَ ظاهرةٌ موازيةٌ تشترك مع التصنيع في أهمِّ خواصها (التزيف واللبس)، «فإن ما نشهده بالضرورة هو الميل إلى الطبيعي إلى التصنيم»[1]، فإنَّ من سمات هذا المفهوم أنَّه يقوم على كل فكرة سواء أكانت سياسيَّة أم دينيَّة في قالب الموروث أو التقاليد إذ «يرفض التصنيم هذه العوارض والطوارئ الحاصلة في التاريخ؛ لأنَّها كـ «دنس» (sacrilege) في حرمة الفكرة الدينية أو السياسية وقداستها التي يرتقي بها إلى مصاف الإطلاق»[2]

إنَّنا نجد أنَّ هذا المفهوم يظهر بشكل جلي في أفكار المنظمات الإرهابيَّة التي تحاول استثمار الدين استثمارا سياسيًّا؛ من أجل تحقيق الغلبة المتمثلة بنشر الرعب في صفوف الآخر عبر العنف الضاري، والذي اعتمد ماكنته الإعلاميَّة؛ من أجل نشر هذا الخطاب؛ لتحقيق غاية عسكرية ارهابية تعتمد العنف، والعنف اصطلاحا يشتمل على الخشونة في المحاورة إلى استعمال السلاح والبطش والاضطهاد وهو نقيض المسالمة، ومثالية ما يمارسه (إنسان، حزب) أو تمارسه (دولة، سلطة، جهة، حركة) مما يعني أن العنف يضعنا أمام مقاربات متنوعة، وكل مقاربة تعكس إدراكًا معيَّنًا وأسلوباً في التشخيص والاقتراح[3]. وهذا التوصيف للدين ينطلق من توظيف ذرائعيّ يحقق أهداف الجماعة التي تحاول فرض قراءتها على عموم المسلمين بل إنَّها تفرض هذه القراءة عنوة على المسلمين؛ وهي بهذا تحاول احتكار تمثيلهم أمام الآخر، وتمارس وصايتها عليهم بالإكراه مخالفةً جوهر الدين؛ ولكنَّها ترسم تصورًا للإسلام يتناغم مع تلك الصورة التي يرسمها الإعلام الغربيّ عامة والأمريكيّ مع اختلاف الغايات أو تطابقها. فالتصنيم هو شكل آخر من التصنيع وهندسة الجمهور باعتماد آليات إعلاميَّة، فالتصنيم هو فبركة الصنم الفكريّ أو الأيديولوجيّ حيث يرسخ الصنم في الذهن...»[4]. ونجد أنّ هذا التصنيم يعتمد وسائل إعلامية في الوصول إلى الجمهور عبر العالم الرقميّ الافتراضي الذي تجاوز عائق المكان – والمكان اللذين يعوقان الاقتراب بين الناس جغرافيا. فأصبح هذا الفضاء الرقميّ مجالاً رحبًا من أجل صناعة التواصل، فضلاً عن صناعة التوحش؛ ومن ثَمَّ إدارته بفعل الاستثمار الإرهابي للخطاب الرقميّ، فإن المتابع للأعمال الإعلامية

[1]- محمد شوقي الزين، تصنيم المبادئ أو ينبوع العنف، التفكير مع رونيه جيرار في اكتناه طبيعة المقدس، مجلة الباب، العدد 11سنة 2017، ص 32.

[2]- شوقي الزين، المرجع السابق، ص 36

[3]-- انظر: ماجد الغرباوي، تحديات العنف، دار العارف ط1، بيروت، 2009،ص43.

[4]- محمد شوقي الزين، تصنيم المبادئ او ينبوع العنف، التفكير مع رونيه جيرار في اكتناه طبيعة المقدس، مرجع سابق الذكر، ص 29.

المعادية التي تتبعها الفصائل الإرهابيَّة يجد أنها أعمال تعتمد وسائل احترافية تتوسّل بمنطق العنف المفرط من أجل تحقيق غايات سياسية، وهو جزء من الفضاء والبيئة الرائجة بمرجعياتها ورموزها وتعاليمها أو بخطاباتها وأحكامها وفتاواها. (صحيح أنَّ الإرهابَ كعمل عسكريّ إنمَّا يخطط له في السر وتحت الأرض، ولكنَّه يشكل الوجه الآخر لثقافة تسهم في إنتاجه سمتها أنها متحجرة، أحاديَّة، عدوانيَّة، استبداديَّة، كما تجري ممارستها تحت سمعنا وبصرنا، وكما تعمم نماذجها في الجوامع والمدارس أو عبر الشاشات والقنوات)[1]؛ فهي جميعا تحاول فرض تلك القراءات على الجمهور وتحاول أن تُنَمِّطَ سلوكه عبر التحفيز والتخويف إلى أَنْ تلقيَ رسالتها، والخضوع إلى تهديداتها، وفي النتيجة تحاول هندسة استجابته بالتلاعب بالعقل الجمعيّ واستثمار معطياتها.

فالإرهابُ بكل عنفه وليد البيئة التي تُسهم في إفراز الكثير من الخطابات المماثلة له، وسوف تستمر بهذا مستقبلا. فهذه الخطابات الأصوليَّة تشنُّ حربها ليس على الجسد وطاقاته الحيوية وحدها، أو السلوك وحركته ومرونته فحسب، بل تصل إلى مطاردة النوايا، ومرجعية الإنسان لا تكون في ذاته بل في نظم التحريم المتفاقمة التي لا تترك خارجها سوى أشباح الحاجات[2]. فهذه القراءة الإرهابيَّة للنصوص تحاول توضيف الحاجات الملحة لدى المسلمين إلى الأمن من الاستبداد الداخلي والعدوان الخارجي، فإنَّها تزيد الأمر صعوبة وعسرًا بدلَ أن تقدِّم حلولاً، فهي تولد تحالفًا خفيًّا مع الرغبات الخارجيَّة في تبريرها الهيمنة على المنطقة، عبر زرعها الفتنه القائمة على تصنيم التراث واحتكار المعنى الحرفيّ واحادي الجانب وفرضه على جمهور المسلمين بالقوة والإكراه من خلال الرغبة بمحاكاة التراث، وهي تسعى إلى خلق الفتنة، وشق صفوف المسلمين والوحدة الوطنية بإثارة الفتن الطائفيَّة والمذهبيَّة التي تولد الجذب والنبذ بين الاستقطاب والاستبعاد. وقد كان الإعلام واحدًا من الوسائل في إشاعة تلك القراءة.

فالإعلام بكل ثِقَله الثقافيّ والشرعيّ وكل بُعده التقني وليد تلك الممارسة، يعتمد الحرب النفسية في تسويق رسالته، التي تجد كل الوسائل مباحة من أجل تحقيق غايات التنظيمات الإرهابيَّة في إشاعة التوحش في البلدان المستهدفة وإدارته، سواء اعتمدت الإعلام المرئي أو المطبوع؛ من أجل تحقيق أكبر قدر من الإبلاغ عن مضامين رسالتها الإعلاميَّة المشبعة بالعنف المفرط؛ الذي يتخذه وسيلة من أجل تحول خطابه الطوباوي التصنيميّ؛ إلى حقيقة وإعادة إنتاج الزمن المقدس: زمن

[1]- علي حرب،أزمنة الحداثة الفائقة الإصلاح –الإرهاب – الشراسة،المركز العربي، ط2، بيروت 2008، ص88.
[2]- مصطفى حجازي، الإنسان المهدور، المركز العربي،ط1، بيروت،2005،ص25.

البدايات، زمن الكمال، والعمل على إزالة الدنس والكفر والاستبداد والكفر عبر العنف الجهاديّ الذي يفترض خطابًا تضحويًّا عنيفًا يقوم على إراقة دم الذات، ومحق الخصوم وإزالتهم من الوجود، وكل هذه البؤرة الآيديولوجيَّة هي حمولة الخطاب الذي يعتمد العنف والشراسة من أجل تحويل اليوتوبيا إلى حقيقة، عبر علاقة استقطاب بين خيريَّة الذات وشيطنة الآخر الخصم من أجل إباحته وهدر دمه.إنَّها « تحاول زرع الدمار وبث روح الخراب في العالم طابعها الجماد هو عائق أمام الحياة، بمعنى أمام التغير والتداول والتبادل والتذاوت»[1] إنَّها بعيدة كل البعد عن الحوار والتواصل والتعايش مع المختلف.

وهناك صفاتٌ متعددة مشتركة بين الإعلام الأمريكيّ وإعلام التنظيمات، الصفة الأولى: التضليل، وقد عرضنا لها من قبل عند الغرب ونجدها هنا عند التنظيمات الارهابيَّة بارزة في إعلامها، ومن أجل تحقيق هذا يأتي دور الإعلام بوصفه جزءًا من الحرب التي تخوضها التنظيمات الارهابيَّة المختلفة، بل هي جزء حيوي في استثمارها في اعتماد التضليل والمخادعة من أجل تحقيق أهدافه العسكرية بالتغلب أو التعويض عن انتكاساته، فقد استثمرت هذه التنظيمات وسائل الاتصال الإعلامية بأشكالها المتنوعة من خلال علاقة التواصل الاجتماعيّ في نشر أيديولوجيته، وتجنيد أكبر عدد من الشبّان حول العالم، ومواكبة استعمال أكثر الوسائل تطوراً وتقنية بشكل ملحوظ، ومن ثَمَّ توظيفها لمصلحة إعلام التنظيم وأنصاره ومؤيديه الذين يأخذون أشكالاً متنوعة من الداخل والخارج ممن يناصرونه أو ممّن يُهوِّلون من مقدرته الجهنميَّة عبر تحليلاتهم ذات الارتباطات المتخفيَّة، ولكنَّ كل هذه الأوساط على اختلافها تبين: «أنّ التنظيمات مدركة تماماً الدور الذي تلعبه وسائل التواصل الاجتماعية في جعل تنظيمها عابراً للحدود وصناعة شعبيَّة افتراضية تفوق الواقع، فهو إن يطأ أرضاً يبادر بشكل منظم وسريع في تغذية المواقع بأخباره صوتاً وصورة»؛ وهذه التحليلات تكشف أنّ التنظيمات وأنصارها يستثمرون الخطاب الرقميّ الإعلاميّ بشكل فاعل عبر إعادة الترويج للحرب النفسيَّة بأشكال وأساليب متنوعة؛ من أجل تحقيق غاياته، التي منها: زرع الشعور بالخوف في قلوب المتلقي عبر بث الرعب في الرأي العام من أجل تعظيم شأنه، ومنها: الوصول إلى تجنيد مقاتلين؛ لكسب عقول أكثر عدد من الناس، وصولاً إلى استمالة المتعاطفين، والمؤيدين، ويكون الهدف من التواصل معهم، استثمارهم والحصول على دعمهم ومساندتهم. ومنها: إدارة التوحش

[1]- محمد شوقي الزين، تصنيم المبادئ أو ينبوع العنف، التفكير مع رونيه جيرار....، ص34.

المتمثل بخصوم التنظيمات من الدول ومؤسساتها بهدف زعزعة أمنها.

والصفة الثانية بين التنظيمات الإرهابيَّة والإعلام الغربيّ ولاسيَّما الأمريكيّ محاولة زرع الفتن في المناطق التي تعيش في الأساس انقسامًا؛ إذ نجد هذه التنظيمات ومنها داعش تحاول أن تستثمر هذا الانقسام في تلك المناطق والدول؛ من أجل إيصالها إلى حالة التوحش لهذا (مقلق جداً إطالة أمد الصراع السياسي في المنطقة،.... فكل يوم يمر في ظل انسداد الأفق المستقبلي للخروج من هذا الصراع، فهو يستثمره في استغلال الناشئة وتوريطهم من خلال ذلك الترويج والضخ الإعلامي الهائل والمتزايد على «الإنترنت» كتابة وصوتاً وصورة)[1].

والصفة الثالثة المشتركة بين الرسائل الإعلاميَّة بين الغرب والتنظيمات، محاولة إثارة الخوف في الغرب تعرف «الإسلاموفوبيا» من أجل إخافة المجتمعات الغربيَّة من الإسلام، فنجد أنَّ هذه التنظيمات تعزز هذا التوظيف في «بثّ الرعب الشديد على كل المستويات الشعبية والرسمية عند الغرب، مشيراً إلى أن الشعوب الغربية عندما ترى هذه البشاعة في القتل بالذبح المصور تقوم بممارسة الضغط على الحكومات؛ لعدم توريط جيوشها في أتون معارك لا يعلم نتائجها إلا الله»[2].

وهنا نجد التنظيم يخدم الأجندة الإعلاميَّة الأمريكيَّة في تصوير أنَّ الاسلام هو العدو للغرب، وداعش يحاول احتكار تلك الصورة حتى يظهر وكأنَّه يمثل الإسلام ومعه تلك التنظيمات المشابهة له في الأدبيات القائمة على ذات القراءة والاتجاه.

فهو يحاول كسب جمهور مؤيد، أو جمهور خائف من المنطقة أو من مختلف بقاع العالم، ومنها الغرب، اذ تشير التقارير الإعلاميَّة إلى أنَّ حالة الاستقطاب مع التنظيم زادت بعد نشر وسائل الإعلام لمقاطع الذبح للضحايا، وتأخذ النقطة الأولى جانبًا آخر يجعل من تلك الرسالة متقبلة لدى المحطات الغربيَّة والمحطات المتعاطفة معها التي تعتمد رسالة خلق التشويق لدى جمهورها المولع بالمفارقات. وغاية المحطة استثمار تلك الرغبات من أجل زيادة المتابعين لها؛ لأنَّ المشاهد العنيفة تصوّر وحشيةَ من يقوم بالذبح، التي تدل على فقدان أي درجة من الإنسانيَّة؛ فإشاعة تلك المشاهد تُحدث آثارًا نفسيَّة عالية،؛ فنجد أنَّ تلك الوسائل الإعلاميَّة العالميَّة تفضّل تحقيق زيادة في نسبة المشاهدة بدلاً من العمل على مجابهة تلك الرسالة الإعلامية المعادية والعنيفة التي

[1]- http://www.alhayat.com/Opinion/Hassen-Bin-Salam.

[2]- أمل الصيفي- أحمد هنداوي، داعش» وجز الرقاب.. صناعة مخابرات أم ترويع للخصوم؟
http://moheet.com/20142164175/01/11//

تُسهم بتسويق خطابها الإعلاميّ للآخر، فبدلًا من أن تنتشرَ دعايةً إعلاميّة مقابلةً ومجابهةً لدعاية «داعش»، أسهم الإعلام في نشر دعاية التنظيم.وتسهم الوسائل الإعلاميَّة العالميَّة باستهلاك تلك الرسائل المشبعة بالعنف والكراهية، وتجعل الجمهور يتلقَّى تلك الوسائل النفسيَّة من الدعاية النفسية الزاحفة وتخلق اضطرابًا نفسيًّا لديه.

الخاتمة

- لقد اعتمدت أمريكا في خططها السياسيَّة في المنطقة والعالم على مراكز بحوث تسهم في وضع الخطط الاستراتيجية في صناعة أجيال من الإرهاب تستخدمها في صناعة الفوضى مستثمرةً وجود تنظيمات إرهابيَّة أو تصطنعها من أجل صناعة نفوذها بالمنطقة.

- في مقابل ذلك كانت ظاهرة التنظيمات المتشددة التي لا تقبل الآخر تحكمها عقليَّة التصنيم على صعيد المفاهيم والأفكار؛ فأسهمت في اصطناع التوحش وخلق مناطق فراغ من أجل إقامة أماراتها المزعومة.

- نشر نمط جديد من الشروخ المجتمعية تستحضر الانقسامات القوميَّة والاثنية والطائفية؛ فأدَّى إلى اختلاق حروب اثنية جديدة على منطقتنا (الشرق أوسطيَّة) التي هي أكثر الجغرافيات تعرضاً لتأثير هذه الحروب المفترضة.

- وهذا يكشف أن هذه التوصيفات والتحليلات محكومة بالأحكام المسبقة، التي تظهر في الإعلام؛ لإسقاط أوصاف صراعيَّة نمطيَّة ثابتة على ما هو مختلف إسلامي.

- يتمثَّل التأثير الأخطر للإعلام في أنَّه يسهم بدرجة كبيرة في تشكيل إدراكنا الواقع، وإذا قلنا إنَّ الإنسان يتفاعل مع الواقع بحسب تصوره له فإنَّ الجهة التي تشكل إدراك الإنسان لواقعه تتحكم فيه حرفيا.

- إنَّ الإعلام هو من يقوم باختلاق عالم بديل يعبرِّ عن مالك أدوات الإعلام، وهذا العالم ليس حقيقيًّا بل مزيف يحل مَحلَّ الحقائق الواقعيَّة؛ بقوة مالك أدوات الإعلام على صناعة الحقائق وتشويها في صورة كاذبة .

- التضليل كان يستثمر ملكية أدوات العلم من أجل إيصال رسالة مصطنعة تخدم الأغراض الأمريكيَّة وغاياتها؛ فقد كانت تلك الصورة النمطيَّة التي تحملها تجاه الآخر تغلبت على الواقع

وحلت محله عبر هيمنتها الإعلاميَّة، وقد أدرك «الاستراتيجيون، والأميركيون على وجه الخصوص، هذا الأمر بدقة، وفهمه؛ فعملوا على تعزيز هذه القوة الخفية المقتدرة وتعظيمها.

- هندسة الإجماع (The Engineering f Consent) وهو مصطلح جاء من أجل التحكم بالجمهور من خلال معرفة التكيفيَّة التي يعمل بها العقل الجماعي لنسق محدد بحسب رغبتنا؛ فتحكموا بتلك الوسائل الإعلاميَّة لإعادة هندسة استجابتنا بما يتوافق مع مصالح أمريكا.

-في مقابل ذلك أصبح الفضاء الرقميّ وسيلة من أجل التحكم التي استخدمتها التنظيمات الإرهابية التي حاولت من خلالها شن حرب نفسيَّة على من تجدهم يخالفون أفكارها ويحاولون منع وصولها إلى أهدافها.

آثار وسائل الإعلام في المجتمع من منظور اجتماعي

حكيم خالد مهراج، أختر نياز بات، حكيم رميز مهراج[*]

يتأسس هذا البحث على بديهية أنطولوجية مؤداها أن الإنسانَ كائنٌ اجتماعي لا يستطيع أن يعيش منعزلاً عن الآخرين. بالتالي، فإنّ أفعاله لا تؤثِّرُ فيه فقط بل في المجتمع الأعم، وبدوره يؤثِّر المجتمع في الإنسان بطرق كثيرة. وانطلاقاً من ذلك سوف يُقدّم هذا البحث تعريفاً موجَزاً لماهية وسائل الإعلام ويُبيّن الأًشكال المختلفة لتأثيرات الإعلام في الفرد والعائلة والمجتمع.

نشير الى أن هذا البحث هو حصيلة عمل مشترك قام به ثلاثة من الباحثين الهنود في إطار حلقات دراسية حول تطور وسائل الإعلام الحديثة جرت في الكلية الحكومية التابعة لجامعة كشمير.

الكلمات الرئيسة

المجتمع، وسائل الإعلام، آثار الوسائل الإعلامية، النظريات الإعلامية، نظريات التواصل

المحرر

لقد سعى البشر للتعبير عن طبيعتهم عبر تفعيل منظومة تُوجِّه سلوكَهم وتتحكّمُ به بطرقٍ متعدّدة. تُحرّر هذه المنظومة أنشطة الإنسان-ولكنّها تَحُدُّها في الوقت نفسه ـ وتضعُ المعايير لكَي يتّبعها الإنسان ويُواظب عليها. على الارغم من النقائص وحالات الظلم التي تجلّت في هذه المنظومة عبر التاريخ، إلا أنّها شرطٌ لازمٌ لحياة كل فرد وتُسمّى بـ«المجتمع». ما فتئ الإنسان يُعاني في كلّ مجتمع نوعاً أو آخر من المشكلات، والإنسان في المجتمعات المعاصرة لم يسلم من هذه المشكلات أيضاً فهو يُواجه العديد من المعضلات ويتأثر سلوكه بالعديد من الجوانب وأحدها هو

---

*ـ دراسة مشتركة أجراها باحثون وأكاديميون من جامعة كشمير ـ الهند.

العنوان الأصلي للمقال: **Impacts Of Media an Society: A sociological Perspective**

المصدر: **www.jihssi.org Volume 3 Issue 6 \June. 2014\ PP. 56**

ـ ترجمة: علي الصبّاح ـ مراجعة: ج. مقدسي.

الإعلام. وسائل الإعلام هي القنوات أو الأدوات التي تُستعمل لنقل المعلومات، إيصال الأخبار، التعليم، التسلية، أو نشر الرسائل الترويجية. تضمُّ وسائل الإعلام كلَّ أداة ذات بثٍّ منتشر أو محدود كالتلفاز، المذياع، الجرائد، اللوحات الإعلانية، البريد، الهاتف، الفاكس، والإنترنت (أي أهم وسائل الاتّصال الجماهيري). تحتلّ وسائل الاتّصال الجماهيري قسطاً كبيراً من وقت فراغنا حيث يقضي الناس معدّل 52 ساعة في الأسبوع على مشاهدة التلفاز ويجدون الوقت لاستماع المذياع والذهاب إلى السينما وقراءة المجلات والصحف. أمّا الأطفال، فإنّهم يقضون في مشاهدة التلفاز الوقت الذي يقضونه في المدرسة أو مع العائلة والأصدقاء. على الرغم من الإقرار بأنّ المدرسة والبيت والأصدقاء يمثّلون تأثيراتٍ اجتماعية مهمة على الأطفال، إلا أنّ الجدال الكبير ما زال قائماً حول الآثار المحتملة لوسائل الإعلام الجماهيري عليهم، ونتائج الدراسات التي تخلُصُ إلى تأييد هذه الوسائل أو معارضتها هي محلّ خلاف. على نحو الإجمال، تثار مسألة التأثيرات بضرورةٍ ملحّة في جدول الأعمال المجتمعي وليس الأكاديمي ولكن على نحوٍ مُبسَّط لا يُناسب التعقيد الكامن في الموضوع (فلا يتمّ الاستفسار مثلاً عن التأثيرات الاجتماعية الأخرى، وما آثار الأهل في الأطفال، أو هل يمتدّ تأثير المدرسة إلى المنزل، أو هل يؤثّر الأصدقاء بشكلٍ إيجابي أو سلبي).

غالباً ما يمثل الاعتقاد بوجود احتمال لتأثير الإعلام تحدياً للاحترام والاستقلال الفردي، وكأنّ النظرة المدافعة عن وجود هذه الآثار تفترضُ تشكُّلّ المجتمع من جمهورٍ ساذج أو من أغبياء على المستوى الثقافي يتعرّضون لحقنٍ أيديولوجي، أو أنّها تفترضُ أنّ التلفاز هو السبب الوحيد لسلسلة من السلوكيات الاجتماعية. تميلُ هذه النظرة البحثية النمطية إلى إثارة نظرةٍ نمطيةٍ بديلة أخرى تعتبرُ أنّ المشاهدين المبدعين والمطّلعين يُصدرون قراراتٍ عقلائية حول ما ينبغي أن يُشاهدوه. إنّ المقالات التي تُقدّم عرضاً عاماً كثيراً ما تقومُ بوصْف تاريخ التقدُّم خلال السنوات السبعين الماضية في مجال البحث الذي يتقلّب بين هذين الطرفين، فقد اعتقدنا أولاً بوجود تأثيراتٍ قوية ومن ثم برز الجدال لصالح عدم وجود الآثار على الإطلاق وعُدنا بعدها إلى الاعتقاد بوجود تأثيراتٍ شديدة، وهكذا تظهر التناقضات في هذا التاريخ حينما نُعيد قراءة الأبحاث القديمة بنظرةٍ جديدة. أحياناً تُعرِّف دراسات الإعلام المعاصِر نفسها من خلال رفضها لغةَ البحوث التي تتناول التأثيرات-أي إنّها تنتقد التجارب المختبرية ومنطق الاستنتاج السببي والاختزال النفسي- ولكنّنا نعتبر أنّ هذا الرفض مُبرَّرٌ من جهة ولكنّه مُبالغٌ فيه من جهةٍ أخرى.

وظائف الإعلام

وسائل الإعلام الجماهيري هي مصدرٌ هائلٌ للمعلومات بالنسبة للفرد والمجتمع. لدينا معرفةٌ بدور هذه الوسائل في النظام الديمقراطي، ولكنّنا سوف نتناول الآن الكيفية التي يؤدّي فيها الإعلام وظائفه بُغية تحقيق التغيير.

مساعدة وسائل الإعلام الجماهيري في تحقيق التغيير

من خلال الاستفادة من وسائل الإعلام الجماهيري، يُمكن تغيير مواقف البشر وعاداتهم. على سبيل المثال، فلنفترض أنّ إحدى الفئات المجتمعية لديها أفكارٌ خاطئة حول أمراض الجذام أو الإيدز ويظنُّ العديد من أفرادها أنّ لمس الأشخاص المصابين بهذه الأمراض يؤدّي إلى الإصابة بها. ولكن قد يشاهد هؤلاء الأفراد برامج على التلفاز أو المذياع ويقرؤون بياناتٍ توضّح لهم أنّ لمس هؤلاء المرضى لن يؤدي إلى الإصابة بالعدوى. ومن ناحيةٍ أخرى كذلك، قد يطّلعون على البرامج والرسائل الخاصة التي تُبَثّ عبر الإعلام والتي تُبيِّن كيفيةً القضاء على شلل الأطفال حيث تُخبرهم هذه البرامج بضرورة تطعيم الأطفال ضدّ هذا المرض وتُبلغهم عن موعد التطعيم، وبالتالي تُتَّخَذ الترتيبات الخاصة لتطعيم أكبر عددٍ ممكن من الأطفال في اليوم المحدّد. التغيير يعني تحويل الأمور إلى الأفضل. من الأمثلة الأخرى على التغيير مسألةُ تنمية البلدان حيث تُستَبدل التطبيقات والتجهيزات القديمة وتُستعمل وسائل جديدة وأكثر فاعلية. تلعبُ وسائل الاتّصال الجماهيري دوراً مهماً في إحداث هذا التغيير لأنّها تُوفّر المعلومات الضرورية وأحياناً تُعلّم المهارات للجمهور حيث نلاحظ مثلاً وجودَ برامج على التلفاز تُظهر كيفية استخدام الأدوات المختلفة.

حوّلت وسائل الاتّصال الجماهيري العالمَ إلى دائرةٍ صغيرة ومتقاربة

تسبّبتْ سرعة الإعلام بتقريب الأشخاص في أنحاء العالم بعضهم إلى بعض. على سبيل المثال، حينما تُشاهد مباراة كريكيت بين الهند أو دولةٍ أخرى بشكلٍ مباشر على التلفاز فإنّك تشعرُ بأنّك جزءٌ من الجمهور على المدرّجات. من جهةٍ أخرى، بإمكانك مشاهدة الأحداث السعيدة أو الحزينة التي تجري في أماكن أخرى مباشرة على الهواء. نشعرُ أحياناً أنّ العالم بأجمعه قد أضحى عائلةً كبيرة، ولعلّك قد سمعت بمصطلح «القرية العالمية» الذي يعني أنّ الكرة الأرضية تمرُّ في حالة تصغيرٍ لتصبح قرية. إذا ذهبنا إلى أيّ مكانٍ في العالَم، نرى المنتوجات نفسها كالمشروبات الغازية وأجهزة التلفاز والثلاجات وغيرها بالإضافة إلى الإعلانات نفسها. كذلك، فإنّ الشبكة العنكبوتية

العالمية قد قرّبت الأشخاص والدول بعضهم إلى بعض بشكلٍ أكبر.

ترويج وسائل الاتّصال العالمي لعملية توزيع السلع: يستفيدُ قطاع صناعة المواد الاستهلاكية من وسائل الاتّصال العالمي لإعلام الناس بالمنتوجات والخدمات من خلال العملية الدعائية. من دون الإعلانات، لن يعلم الجمهور بوجود المنتوجات المختلفة (التي تتراوحُ من الحساء إلى الزيت، ومن أجهزة التلفاز إلى السيارات) والخدمات المتوافرة المتعدِّدة (العمليات المصرفية، التأمين، الاستشفاء) بالإضافة إلى تكاليفها. بهذه الطريقة، تُقدّم وسائل الاتّصال الجماهيري العون لكلٍّ من الصناعات والمستهلكين.

الترفيه وتقديم المعلومات: تمُثِّلُ وسائل الاتّصال الجماهيري إحدى أفضل طرق الترويح عن النفس إذ يُشكِّل التلفاز والمذياع والإنترنت أهم قنوات التسلية بالإضافة إلى تقديم هذه الوسائل لمعلوماتٍ وافرة، وتُبقينا وسائل التواصل الاجتماعي على تماس مع الأحداث المستجدّة حول العالَم.

يُمكننا تلخيص وظائف الإعلام كما يلي:

تقديم الأخبار والمعلومات التي يحتاج إليها الناس

توعية الجمهور

مساعدة الأنظمة الديقراطية في العمل بفاعلية حيث تقوم وسائل الإعلام بإخبار الناس عن السياسات والبرامج الحكومية وكيف أنّ هذه البرامج موضعُ فائدة بالنسبة للشعب. هذا الأمر يُساعدُ الناس في التعبير عن مشاعرهم ويُعين الحكومات على إجراء التغييرات اللازمة في سياساتها أو برامجها.

التسلية

إحداث التغيير في عمليات التنمية

تقريب الناس في أنحاء العالم

تعزيز التجارة والصناعة عبر الإعلانات

دعم العمليات السياسية والديمقراطية في البلدان

إحداث التغييرات الاجتماعية الإيجابية

التأثيرات الاجتماعية للإعلام

آثار الإعلام: مسألة تغيير أو تعزيز؟

إذا كانت تعني آثار الإعلام أنّ التعرُّض إليه يُغيِّر اعتقادات الناس وسلوكياتهم، فإنّ الوظيفة الأولى تتمثّل بالنظر إلى وجود الارتباط الأساسي بين مستويات التعرُّض وتبديل الاعتقادات أو السلوك. تفترضُ نظريات «التغيير» بشكلٍ عام أنّه كلما شاهدنا وسائل الإعلام لوقتٍ أكثر زاد التأثير. تُظهرُ معظم الأبحاث وجودَ هذا الارتباط ولكنّه ارتباطٌ ضئيلٌ وليس ثابتاً على الدوام. يتناولُ السؤال الثاني اتجاه السببية؛ على سبيل المثال، بعد إظهار كوْن الأشخاص الذين يُشاهدون العنف على التلفاز أكثر ميلاً إلى السلوك العدواني، ينبغي أن يستفسر الباحثون عمّا إذا كان الأشخاص الأكثر عدوانية يختارون مشاهدة برامج العنف (التعرُّض الاختياري)، أو إذا كانت برامج العنف تجعل المشاهدين عدوانيّين (التأثيرات الإعلامية)، أو إذا كانت الظروف الاجتماعية المحدَّدة تُسهم في جعل الناس أكثر عدوانية وتقودهم في الوقت نفسه إلى مشاهدة المزيد من العنف على التلفاز (الاشتراك بين السببين الأوليَّيْن). لحلّ هذه المسألة، تبنّى مذهب التغيير بشكلٍ عام مقاربةً تجريبية حيث يتمّ تعيين الناس بشكلٍ عشوائي في التجربة المقارنة فقط، وبالتالي يتمّ ضبط أيّ متغيراتٍ أخرى في الوضع العام. من خلال هذا الأسلوب وحده يمكن الوصول إلى الاستنتاجات السببيةَ التي تتّصل بأيّ ارتباطٍ يُمكن ملاحظته بين التحكُّم التجريبي (أي التعرُّض إلى الإعلام بشكلٍ عام) والسلوك الناتج من ذلك. في بحثٍ حول العنف على الإعلام، قام بعضُ الباحثين بتقديم حجة ثنائية الاتّجاه وخلصوا إلى وجود الدليل على كلٍّ من المشاهدة الاختيارية وآثار الإعلام. ممّا لا ريب فيه أنّ العديد من المشاهدين قد اختاروا مشاهدةَ البرامج العنيفة أو النمطية (لطالما ازدهر سوق المشاهد العنيفة)، ولكنّ هذا لا يعني عدم وجود الآثار المترتِّبة على مشاهدة هذه البرامج أو أنّه بإمكان المشاهدِين المحفَّزين النجاحَ في تقويض أيّ آثارٍ محتملة. ما زال العديدُ من الناس قلقين خصوصاً تجاه تأثيرات برامج العنف على الأطفال والأفرادِ سريعي التأثُّر بغضّ النظر عمّا إذا كانوا هم الذين اختاروا مشاهدة هذه البرامج أم لا.

ولكن إذا كانت تعني آثار الإعلام أنّ الإعلام لا يُحدِثُ تغييراتٍ محدَّدة بل يُعزّز الحالة الراهنة فإنّ البيان التجريبي لآثاره سوف يكون شبه مستحيل. تصعبُ معرفة المعتقدات التي كان الناس ليتبنّوها لولا بناء الإعلام لواقعٍ معياري، ويصعبُ كذلك معرفة أيّ الأدوار التي يلعبها الإعلام في بناء تلك الحاجات والرغبات التي تقومُ بدورها بتحفيز المشاهدين على التعامل مع الإعلام وفق

ما هم عليه وليس ما يُمكن أن يصبحوه. على الرغم من ذلك، فإنّ الاحتجاجات على أنّ الإعلام يدعمُ المعيارية ويقمع المعارضة ويقوّض المقاومة ويُزيل بعض القضايا من جدول الأعمال العام- كلّها تحتلُّ موضعاً رئيساً في نظريات الأيديولوجيا والدعاية والإنماء. كذلك، يصعبُ للغاية اختبار الدعوى التي تُفيدُ أنّ الإعلام ـ بمعيّة القوى الاجتماعية الأخرى ـ يتسبّب بتغيرات اجتماعية تدريجية على المدى الطويل كجزءٍ من التنشئة الاجتماعية للواقع. ولكن بالنسبة للكثيرين، يُحتمل وجود هذه الآثار التجريبية للإعلام لأنّ التلفاز «يُخبر معظم الأخبار لأكثرية الناس في أغلب الأوقات». بالتالي، توجد صعوباتٌ في إجراء البحث التجريبي حول كلٍّ من مفهوميّ التغيير والتعزيز فيما يتعلّق بالآثار الإعلامية. كما سوف نرى، فإنّ النتائج الميدانية التي تمّ التوصُّل إليها ليست حاسمة في العديد من الجوانب. وعليه، تمّ الاحتجاج على أنّه لا يمكن قط حلّ الجدال الدائر حول الآثار الإعلامية وبالتالي ينبغي للبحث أن يتوقّف. يُثيرُ هذا الأمر سؤالَين مرتبطين: أولاً، هل يمكنُ استخراج أيِّ استنتاجاتٍ عامة من أبحاث آثار الإعلام التي تمّ إجراؤها لحدّ الآن والتي تتعلّق بكلٍّ من الرصيد الإجمالي للنتائج والاتّجاهات المستقبلية الواعدة؟ ثانياً، إذا لم يكن بالإمكان التخلُّص من هذه القضية ـ كما يشهد تاريخ أبحاث آثار الإعلام والاهتمام الشعبي بها خلال هذا القرن- كيف ينبغي إذاً إعادة صياغة مسألة التأثيرات؟

النظريات الإجتماعية حول التواصل

تعتمدُ المقاربة الاجتماعية لنظرية التواصل على افتراض وجود علاقةٍ مؤكَّدة بين وسائل الاتّصال الجماهيري والتغيير الاجتماعي، وفيما يلي سوف نورد بعض النظرياتِ المهمّة:

أ) **نظرية التنمية**: قام جورج غيربنر (George Gerbner) بتطوير هذه النظرية في العام 7691، وقد أسندها إلى فرضية وجود آثارٍ خفيّة لوسائل الاتّصال الجماهيري في الجماهير الذين يتشرّبون من دون قصد الرموز والصور والرسائل السائدة في الإعلام. أسمى غيربنر هذه النظرية «تنمية النمط الصوري السائد»، وتُفيدُ أنّ التعرّض المتواصل والطويل الأمد لمشاهدة التلفاز يُسهم في تنمية الاعتقادات المشتركة بين الناس حول العالم.

ب) **نظرية التعلُّم الاجتماعي**: هذه إحدى أكثر النظريات المتّبعة في وسائل الاتّصال الجماهيري، وتُفيدُ أنّ الوسائل الإعلامية تلعب دور المدرِّس الناشط والخفيّ الذي يُعلِّم القرّاء والمشاهدين والمستمعين حول العالم. إحدى المكوّنات الرئيسة في هذه النظرية هو شرحها للكيفية التي يستطيعُ من خلالها البشر التعلُّم من الملاحظة وحدها.

ج) **نظرية ترتيب الأولويات:** ابتكر ماكسويل ماكومز (Maxwell McCombs) ودونالد ل.شاو (Donald L.Shaw) هذا المصطلح في العام 2791 في إطار حملة انتخابيةٍ حاول السياسيون من خلالها إقناعَ الناخبين بأهم القضايا التي تبنّاها حزبهم. تسعى هذه النظرية لوصف الكيفية التي يتمّ من خلالها انتقاء الأخبار وهي كالآتي: أ" التعبئة والعرض" (عمليةٌ تُعرف باسم الحراسة)؛ ب" الأجندة الناتجة"؛ وج" الكيفية التي تؤثِّر فيها هذه الأجندة في آراء الناس حول الأهمية النسبية للقضايا المعروضة". «تتوقّع» هذه النظرية أيضاً أنّ الإعلام إذا عرض خبراً ما بشكلٍ بارزٍ ومتكرّر، فإنّ الجمهور سوف يعتقد بأنّه مهم.

د) **نظرية التسلية:** في هذه النظرية المتعلّقة بمسألة الاتّصال الجماهيري، اعترض ويليام ستيفنسن (William Stephenson) على المتحدّثين عن الآثار المضرّة للإعلام الجماهيري مُحتجاً بأنّ الإعلام يُقدِّم المتعة إلى الجمهور أولاً وقبل كلّ شيء. يرى ستيفنسن أنّ الجرائد أيضاً تُقرأ للمتعة وليس لاكتساب المعلومات، ويَعتبرُ أنّ الإعلام يقفُ حاجزاً ضدّ الأجواء التي تُثير القلق فهو يُقدِّم «متعة التواصل».

ه) **نظرية الاستخدام والإشباع:** انبثقت هذه النظرية من الدراسات التي حوّلت تركيزها عمّا يفعله الإعلام بالناس إلى ما يفعله الناس بالإعلام. تفترضُ هذه المقاربة أنّ الجماهير ناشطة وتُعرِّضُ نفسها بشكلٍ اختياريٍ للإعلام وأنّ أخطر وسائل الاتّصال الجماهيري لا يُمكنها أن تؤثِّر في الفرد الذي «لا يجد لها فائدة» في البيئة التي يعيشُ فيها. تعتمدُ أساليب استخدام وسائل الاتّصال الجماهيري على التصوّر والانتقاء والقيم والمعتقدات والاهتمامات التي يحملها الناس.

تأثيرات الإعلام

تندرجُ ضمن الدراسات المثيرة للجدل مسألةُ أثر الإعلام على البشر، وقد جاءت هذه الدراسة في وقتها المناسب نظراً إلى الأفلام التي تُصدرها هوليوود والتي تحتوي على العنف والجنس. تمّ إجراء العديد من الدراسات لمعرفة أثر العنف والجنس في الإعلام على المجتمع، ومن أشهرها دراسات باين (Payne Studies) التي أُجريت في العشرينيات من القرن العشرين وتمحورت حول أثر العنف في الأفلام في الأطفال. بدءاً بأعوام الستينيات، أصبح الناس يبحثون عن السبب وراء الزيادة المشهودة للعنف في المجتمع، وقد اعتبر البعض أنّ التلفاز مرشحٌ جيدٌ للوقوف وراء العنف. في ذلك العقد، برز أول جيلٍ أمريكي تربىّ على مشاهدة التلفاز، وإذا ألقينا نظرةً إلى المحتوى التلفزيوني في ذلك الحين فسوف نلاحظ وجودَ جميع أنواع البرامج البوليسية التي تحتوي على

إطلاق النار. من ناحيةٍ أخرى، وفي مواجهةٍ منها لرواج التلفاز وخطر الاندثار بسببه، أصبحت الأفلام تتضمّن المزيد من العنف والجنس.

تمّ تخصيص عددٍ من الدراسات الطويلة الأمد لتحديد الأثر الذي تمُارسه المضامين الإعلامية العنيفة على البشر، وتمّ التوصُّل إلى أربع نتائج أساسية بينما تطوّرت النتيجة الخامسة مع مرور الوقت.

1) **نظرية التنفيس:** تُشير الفرضية الأولى إلى أنّ العنف الوارد في الإعلام ليس مضرّاً بل له أثرٌ إيجابيٌ في المجتمع. تُفيدُ الفكرة الرئيسة في فرضية التنفيس أنّ حالات الإحباط تتفاقم على الناس في مسار الحياة اليومية، وأنّ المشاركة غير المباشرة في العنف تُساعد في إزالة التوتُّر. بتعبيرٍ آخر، نحن نعاني كلَّ يومٍ تراكم الخيبات ومن دون مَنفذٍ لها نقعُ في خطر اللجوء إلى العنف أو العدوانية على الأقل. على سبيل المثال، تخيّل السيناريو التالي: تذهب إلى قاعة الامتحان ويكون أداؤك سيئاً في الاختبار، وبعدها تضطر للمشي مسافةً طويلة إلى المكان الذي ركنتَ فيه سيارتك، وفي طريقك إلى المنزل يقومُ أحدهم بتجاوز سيارتك بنحوٍ خطير على الطريق السريع، وحينما تصل إلى المنزل تلحّ عليك زوجتك أو طفلك بتوجيه الاهتمام إليهما فتردّ على ذلك بالصراخ أو حتّى بالضرب. هذا الأمر يندرجُ تحت خانة العنف كما إطلاق النار، ولكن الدرجة تختلف. يُصرِّح مناصرو نظرية التنفيس أنّه من خلال مشاهدة المضامين الإعلامية العنيفة، يقومُ الفرد بتنفيس بعض التوتُّر ويكون أقلّ عرضةً لأن يصبح عدوانياً أو عنيفاً. ولكنّ السؤال هو: هل ينطبق هذا الأمر على الجنس في الإعلام؟

2) **نظرية إثارة الحوافز العدوانية:** يوجد اتّجاهٌ معاكسٌ للفرضية الأولى يُفيدُ أنّ المضامين الإعلامية العنيفة لديها تأثيرٌ في الإنسان، ولعلّ أكثر النظريات شيوعاً في هذا الاتّجاه هو نظرية إثارة الحوافز العدوانية. تُفيد الفكرة الرئيسة في هذه النظرية أنّ مشاهدة الحوافز العدوانية ترفعُ نسبة الإثارة الفيزيائية والشعورية بما يزيد من احتمال ارتكاب العنف. بتعبيرٍ آخر، فإنّ المضامين الإعلامية العنيفة تزيدُ من تدفُّق الأدرينالين في الجسد وتجعل الفرد أكثر انفعالاً، وهذا بدوره يجعله أكثر عدوانيةً أو عنفاً. على الرغم من ذلك، يُسرع مناصرو هذه النظرية للتصريح بأنّ مشاهدة العنف لا تؤدّي على الدوام إلى العدوانية أو ارتكاب العنف ولكنّها تزيدُ من احتمالات حدوث ذلك. تؤثّرُ الطريقة التي يتمُّ من خلالها عرض العنف علينا أيضاً. على سبيل المثال، قد ننجرفُ وراء السلوك العدواني إذا شعرنا بصلةٍ مع البطل الذي يرتكب العنف أو إذا عُرض العنف بطريقةٍ مسوّغة. من

الأمثلة الأخرى أنّه إذا ضُرب طفلٌ مزعجٌ على الإعلام -ومن الواضح أنّ هذا عملٌ عنيف- فإنّ ذلك يبعثُ برسالةٍ إلى الجمهور بأنّ العقاب الجسدي مسموحٌ في الظروف المناسبة. من الأمثلة الأخرى أنّه إذا شاهد عمّالُ مصانع الحديد برنامجاً يُظهر هؤلاء الصنّاع على أنّهم يشربون الكحول ويتشاجرون يومياً، فمن الأرجح أن يعتبروا هذه الأفعال سلوكاً عادياً.

3) **نظرية التعلُّم بالمشاهدة:** قام مناصرو هذه النظرية بأخذ نظرية إثارة الحوافز العدوانية خطوةً إلى الأمام. تُفيدُ هذه النظرية بأنّ الناس يُشاهدون المضامين الإعلامية العنيفة ويقومون في بعض الأحيان بتقليدها. إذا وُجدت 50 طريقة لكي تترك حبيبك، فإنّ هناك 49 طريقة على الأقل لكي تكون عنيفاً وعدوانياً، ويعلّمك الإعلام الذي يبثُّ مشاهد عنيفة أساليب جديدة لتصبح عنيفاً أو عدوانياً. هل شاهدْتَ يوماً ما فيلماً إجرامياً على التلفاز ووجدتَ نفسك تقول بعد مشاهدتك الخطأ الذي ارتكبه القاتل: «إذا ارتكبتُ جريمةَ قتلٍ في أحد الأيام فلن أرتكب ذلك الخطأ»؟ إن كان الجواب نعم، فإنك قد أشرت إلى إمكانية أن تقوم بقتل أحدهم في ظرفٍ ما.

تخيّل أنّك تمشي في زقاقٍ مظلم واعترض أحدُهم طريقك فجأة وقام بحركةٍ تهديدية. ماذا كنت لتفعل؟ إذا خطر في ذهنك تطبيقٌ بعض حركات الكونغ فو أو الكاراتيه فإنّ تلك فكرةٌ عدوانيةٌ قد تعلّمتَها من الإعلام. وعليه، يُصرِّح مناصرو نظرية التعلُّم بالمشاهدة أنّ العنف على الإعلام لا يزيدُ فقط من احتمال قيام المشاهِد بارتكاب فعلٍ عدواني، بل يعلّمه فعلاً كيف يؤدّي ذلك العمل.

هل يعكسُ الإعلامُ الوضعَ في المجتمع أو هل يؤثِّر فيه؟ الجواب هو الاثنان معاً. يحتاطُ أصحاب نظرية التعلُّم بالمشاهدة في خياراتهم فيشيرون إلى أنّ الفرد لا يقوم فوراً بتقليد الأفعال العنيفة ولكنّه يُخزّن تلك المشاهد في ذهنه. كمثالٍ آخر، تفكّر بالتالي: هل النظر إلى المشاهد الجنسية يُثير خيالاتٍ جنسية جديدة في فكرك؟ أو هل يعلّمك أساليب جديدة لممارسة الجنس؟ إذا أظهر الإعلام أنّ ممارسة الجنس بعد الموعد الغرامي الأول هو شيءٌ طبيعي، فإنّك بعد مدة سوف تظن أنّ الجميع في المجتمع يفعل ذلك وأنّ عليك القيام به أيضاً.

4) **نظرية الترسيخ:** تُفيدُ النظرية الأولى أنّ مشاهدة العنف على وسائل الإعلام تُقلِّل من احتمال قيام المشاهِد بالأفعال العدوانية، بينما تُفيد النظريتان الثانية والثالثة أنّ مُشاهدة العنف تزيدُ من احتمال القيام بهذه الأفعال. أمّا هذه النظرية فإنّها تُنكر الاتّجاهين معاً وتعتبر أنّ المشاهد الإعلامية تُرسّخ السلوكيات التي سبق وأن طبّقها المشاهِد قبل رؤيته المحتوى الإعلامي. تزيدُ مَشاهد العنف من احتمال قيام الأشخاص الذين ينظرون إلى العنف كشيءٍ طبيعي بارتكاب الأفعال العدوانية،

ولكنّ هذه المشاهد تُقلّل من احتمال قيام الأشخاص الذين تربّوا على أنّ العنف شيءٌ سيء من ارتكاب هذه أفعال. استناداً إلى هذه النظرية، فإنّ العنف على وسائل الإعلام يُرسّخ الاعتقادات السابقة. بدلاً من إلقاء اللوم على الإعلام، يقول مناصرو هذه النظرية بأنّك إذا أردتَ توقُّع نتيجة معيّنة فعليك النظر إلى خلفية الشخص وعاداته الثقافية ونظرته إلى الأدوار الاجتماعية. إذا تربّى الفرد في حيٍّ تكثرُ فيه الجريمة، من الأرجح أن يزيد العنفُ على الإعلام من قيامه بأفعال عدوانية. من الواضح أنّ مسألة المشاهدة الاختيارية تنطبقُ هنا أيضاً، ولكنّ مناصرو نظرية الترسيخ يُشيرون إلى وجود استثناءاتٍ لهذه القاعدة. قد تجد بأنّ الرجل الكبير اللطيف الذي كان يعتبر الجميع أنّه لا يؤذي ذبابة قد قتل عائلته في يومٍ من الأيام، أو قد تجد أنّ أحد أفراد العصابات قد أدرك عبثية العنف وأصبح قسّيساً.

5) **نظرية الغرس الثقافي:** تطوّرت النظرية الأخيرة المتعلّقة بالمضامين الإعلامية العنيفة من دراساتٍ حديثة. لا تتناول هذه النظرية توجّه البشر إلى العنف أو إعراضهم عنه إثر مشاهدة المضامين الإعلامية العنيفة، ولكنّها تتناول ردّ فعلنا تجاه العنف. تُفيد الفكرة الرئيسة في هذه النظرية أنّ العالم الرمزي للإعلام –وخاصة التلفاز- يُسهم في صياغة مفهوم الجمهور حول العالم الواقعي والمحافظة عليه. بتعبيرٍ آخر، فإنّ الإعلام-وعلى رأسه التلفاز- يصنع عالماً خيالياً شريراً وخطيراً، ويضع قوالب نمطية للناس في المجتمع. على سبيل المثال، تخيّل شكل أحد سارقي المصارف. هل خطر في ذهنك رجلٌ من عِرق محدّد؟ وهل جميع الناس الذين يُشبهون هذا اللص بهيئتهم الخارجية سارقو بنوك كذلك؟ تخيّل التي أيضاً: إذا بدأت علامات التقدُّم في العمر تظهر على الرجل من خلال الشيب وتجاعيد العيون، فهذا يُعدُّ شيئاً جيداً في الإعلام لأنّه دليلٌ على النضج ولكنّه ليس جيداً بالنسبة للنساء لأنّه يعني أنّهن يتقدّمن في العمر ويصبحن أقلّ حيوية. يُقدّم الإعلام قوالب نمطية ويُخبرنا أنّ العالم مكانٌ يزخر فيه الشر، فمن الخطر قيادة السيارة على الطريق السريع بسبب عمليات إطلاق النار والمطاردات البوليسية، وحينما تُشاهد نشرة الأخبار المسائية تسمع عن انتشار الجريمة في الأحياء. بعض الأشخاص الذين يعيشون على نحوٍ يختصرون تجاربهم الحياتية عبر مشاهدة التلفاز يشعرون بأنّه من غير الآمن الخروج من منازلهم ويُصبحون انطوائيين.

الأدوات الإعلامية التي يستخدمها الشباب: الحاسوب، التلفاز، الهواتف الذكية التي تحتوي على التطبيقات، الآيباد.

وسائل الإعلام التي يستخدمها الشباب: الرسائل النصية، الفيسبوك، اليوتيوب، التويتر، موقع MySpace، تطبيق Pinterest، الأفلام، ألعاب الفيديو.

نسبة استعمال وسائل التواصل الاجتماعي:

93 % من المراهقين هم مستخدمون فعّالون للإنترنت (60-70 % منهم يستخدمون الشبكة العنكبوتية يومياً).

75 % من المراهقين يمتلكون هواتف محمولة.

معدّل إرسال المراهقين للرسائل النصية شهرياً هو 3000 رسالة (100 رسالة يومياً).

ازدادت معدّلات المراسلة النصية بشكلٍ هائل بالإضافة إلى تعدُّد المهام الإعلامية.

ماذا يفعل المراهقون على الشبكة العنكبوتية؟

في أوساط مُستخدمي الشبكة العنكبوتية الذين تتراوح أعمارهم بين 12-17:

89%- يُرسلون أو يتصفّحون البريد الإلكتروني (الدردشة).

84%- يرتادون المواقع التي تُتيح مشاهدة الأفلام، برامج التلفاز، الفرق الموسيقية، أو الرياضة.

81%- يستخدمون الإنترنت للانخراط في الألعاب الإلكترونية.

76%- يرتادون الشبكة العنكبوتية لمعرفة الأخبار أو اكتساب المعلومات حول الأحداث الراهنة.

75%- يُرسلون الرسائل الفوريّة ويتلقّونها.

57%- يرتادون الشبكة العنكبوتية لاكتساب المعلومات المتعلّقة بالجامعة.

43%- يشترون السلع على الإنترنت.

22%- يبحثون عن المعلومات حول موضوعٍ صحي يتعسّر الحديث عنه.

أرقام حول التواصل الاجتماعي الإلكتروني لدى المراهقين:

51%- يتفقّدون صفحاتهم أكثر من مرة خلال النهار.

22%- يتفقّدون صفحاتهم أكثر من 10 مرات خلال النهار.

39%- قد أضافوا على صفحاتهم محتوىً ندموا عليه لاحقاً.

37%- قد استخدموا مواقع التواصل الاجتماعي للسخرية من تلاميذ آخرين.

25%- قد أنشؤوا صفحاتٍ شخصية تحت هويةٍ زائفة.

24%- قد اخترقوا حسابات أشخاص آخرين على مواقع التواصل الاجتماعي.

13%- قد أضافوا على وسائل التواصل صوراً أو مقاطع فيديو تحتوي على صورهم الشخصية في حالة عريّ أو شبه عريّ.

تأثيرات أنواع الإعلام

حصول الخوف والرهاب، تأثُّر التركيز سلباً بسبب تعدُّد المهام الإعلامية، التضاد بين الواقع والخيال، تقديم القدوات غير المناسبة، تضييع الوقت.

تأثير التعرُّض الكثيف للإعلام في السلوك والسلامة الذهنية

-انخفاض التحصيل الأكاديمي، تدنيّ العلامات، عدم التعلُّق بالمدرسة، وتقلُّص مدّة التركيز الذهني.

يفوقُ الوقت الذي يقضيه تلامذةُ المرحلة المتوسّطة على وسائل الإعلام ذاك الذي تقضيه أيّة فئة عمرية (وهو 8 ساعات و40 دقيقة يومياً). في أوساط الشباب الذين أبلغوا عن تعرّضهم للتحرُّش على الإنترنت والرسائل الجنسية، أعلن 25% منهم عن استيائهم الشديد.

التعرُّض للإعلام والعنف

يتّصلُ تصفّح المواقع التي تُثير الحقد تجاه الآخرين أو التي تحتوي على مضامين شيطانية بزيادة احتمالات السلوك العنيف بشكلٍ عال. تجدر الإشارة إلى أنّ التعرُّض إلى العنف الذي يتضمّنه الإعلام لا يؤثِّر في الأولاد بالطريقة نفسها.

الدراسات التي تمّ إجراؤها على الدماغ

-تُظهر دراسات التصوير بالرنين المغناطيسي الوظيفي (fMRI) أنّ مشاهدة العنف على التلفاز تُنشّط المناطق الدماغية المسؤولة عن تنظيم المشاعر، والإثارة، والتركيز، والذاكرة العرضية.

-قد تقودُ المشاهدة المستفيضة إلى تخزين عددٍ كبيرٍ من الصور الذهنية العنيفة في الذاكرة الطويلة الأمد ممّا يؤثّر على السلوك فيما بعد.

-تقودُ مشاعدة العنف على الإعلام إلى إضعاف التفاعل العاطفي، وتؤدّي المشاهدة المتكرّرة إلى تركيزٍ أقل.

-في أوساط الشباب العنيفين، قد تؤدِّي مشاهدةُ المضامين الإعلامية العنيفة إلى تعويد ردود اللوزة الدماغية (amygdala) على الحوافز العنيفة (تدنيّ التأثُّر العاطفيّ).

أنواع التنمُّر

-**التنمُّر المباشر (من عادة الذكور):** يتمثّل بهجماتٍ جسدية علنية والتهديدات اللفظية والأذيّة العاطفية.

- **التنمُّر غير المباشر (من عادة الإناث):** يتمثّل بالعزلة الاجتماعية والرفض من قبل الزملاء.

- **التنمُّر الإلكتروني:** يظهر عبر شبكات التواصل الاجتماعي كالفيسبوك، التويتر، الايميل، والمواقع الزائفة التي تهدفُ إلى بثّ الإشاعات.

الختام

تناولنا في هذا البحث الآثار الإيجابية والسلبية للإعلام في المجتمع ووجدنا أنّ أغلبية الشباب يقضون أكثر من خمس ساعات على وسائل التواصل الاجتماعي يومياً ممّا يؤدِّي إلى تدنيّ صحتهم البدنية عامة وسلامتهم الفكرية خاصة. توصّلنا أيضاً إلى أنّ الإعلام يلعبُ أدواراً بنائية من جهة وتدميرية من جهةٍ أخرى، وأنّه على الرغم من منافعه العديدة إلا أنّ الإعلام له مساوئ كثيرة. في النهاية، يعودُ أمرُ اختيار أنواع الوسائل الإعلامية واستغلالها بشكلٍ أمثل إلى الفرد والمجتمع.

نقد الوسائطية الميديائية

مخاطر تحويل الإنسان إلى كائن افتراضي

جميل قاسم[*]

تحت هذا العنوان: "نقد الوسائطية الميديائية" يتناول الباحث جميل قاسم مفهوم الوسائطية في الإعلام المعاصر من وجهة نظر الفلسفة النقدية.

يعرض الباحث إلى تشكّلات المفهوم ضمن ما يسميه عصر الفضاء الرمزي وتأثير هذا العصر في قيم الإنسان قيم الإنسان الأخلاقية المعرفية ومخاطر تحويل الكائن الإنساني إلى كائن افتراضي كسائر الكائنات الافتراضية.

المحرر

قبل عصر الفضاء الرمزي (الرقمي) لم يكن لزاماً على القراء والمستمعين والمشاهدين أن يكونوا سلبيين عند مشاهدة الصور والكتب والسلع أما في عصر الحاسوب والإنترنت والتلفاز والفضائيات، فقد دخلنا في عالم «الواقع الافتراضي» وزمن «اللغة العربية الجديدة» التي تنبأ بها جورج أورويل في روايته الشهيرة 1984 من دون معرفة فحواها وماهيتها الأخيرة! وهي لغة يتداخل فيها الفضاء الداخلي بالفضاء الخارجي بحيث يصبح المجتمع «مجتمعاً افتراضياً» وبتداخل العالوم (الكومبيوتر) بالشخصية الإنسانية متعددة الأبعاد في تحويل الإنسان إلى إنسان افتراضي ذي بعد واحد.

وعندما تتحول الثقافة، والحب (الإيروس) والاقتصاد، والحقوق، وحتى الرياضة إلى وسائل «مدارة» في مجتمع رمزي، وسياسة رمزية وتجارة رمزية. وجنس (إيروتيكا) رمزي تصبح مسألة أنسنة الآلة والوسائط مسألة مصيرية لا مندوحة عنها لإعادة تحرير الإنسان من الألينة والأتمتة (Automatisation) الافتراضية.

*ـ أستاذ الفلسفة وعلم الجمال في الجامعة اللبنانية.

هل يمكن أن يتخيل الإنسان مزاولة الرياضة على الإنترنت؟ هذا ما يحدث مع شركات مثل شركة sportal وهو عبارة عن موقع رياضي أسس في العام 1998. وتزاول فيه الرياضة الرمزية بأشكال متعددة، من سباق السيارات، إلى كرة القدم، إلى كرة المضرب، إلخ...

ماذا عن آدابية الاتصال الجديد في عصر الوسائطية المعممة؟ ماذا عن الثقافة في عصر الكتابة والقراءة الإلكترونية؟ ماذا عن علاقة الإنسان بالبيئة والمجال والوسط؟ وليس بمقدور الوسائط - حتى لو دمرت بلداً كالعراق بوسيلة افتراضية - من دون حرب - كما لاحظ جان بودريار - أن تتجاهل الطبيعة بسبب تغييرات المناخ، والكوارث الطبيعية الناتجة من التلوث الصناعي، وتفتت الأوزون، وبسبب الزراعة الاصطناعية والنباتات الإلكترونية.

لم يلحظ مارتن هيدغر أن التكنولوجيا ستتعدى كونها وسيطاً بين الإنسان والطبيعة الخام بتحول الطبيعة عينها إلى طبيعة إفتراضية في عالم الوسائطية الماروائي، ولم ير هيدغر في تطرقه لمسألة التقنية، أن ماهية التقنية تقنية بحتة، فالتقنية بالأحرى، هي وسيلة لبعض الغايات والفعاليات الآلية والإنسانية.

والتوصيف الأدائي للتقنية لا يكشف عن ماهيتها، ولذا ينبغي التساؤل عن غاية التقنية بوصفها سبباً غائباً للتقنية تندرج فيه الأسباب الأرسطية الأربعة وهي السبب المادي CAUSA MATERIALS (على سبيل المثال المادة التي يصنع منها قدح الفضة).

السبب الصوري causa formalis الشكل الذي تدخل فيه المادة، الوعاء، الكتاب، الإنسان، الشجرة).

السبب الغائي (القطع للسكين، القربان للقدح، المواصلات لعربات النقل، الاتصال للوسائط... الخ).

السبب الفعّال: causa efficiens (الفاعل، المنجز، الإنسان، والشركة والدولة، والكرتلات، والتروستات المتعددة الجنسيات... الخ) ههنا، تصبح السببية أكثر تعقيداً في تحديد ماهية التقمية على صعيد السؤال والجواب والمعرفة النقدية. وتكون الغاية أو الهدف الذي يجمع الأسباب الأربعة بصورة افتراضية، هي غاية التقنية الكبرى، والفعلية، والحقيقية، ليس في حيز الفعل، والإنتاج pro-ducation فقط وإنما في حالة الإمكان الافتراضي، والإنتاج الافتراضي hyper-ducation فلعبة البورصة والتسوق الالكتروني تقوم على هذا النمط من الإنتاج الافتراضي الذي يحول الرأسمال السلعي - إلى رأسمال فرضي لم يتوقعه ماركس في نظريته لفائض القيمة، ولا لينين في الرأسمالية،

التي تدمج الاقتصاد المالي بالاقتصاد الصناعي، أما الامبريالية - التكنوترونية فهي الآن إمبريالية - افتراضية، ناعمة ميديائية (وسائطية).

لا تهدد التقنية التكنوقراطية القائمة على مصادرة وعي الإنسان وماهيته، كجمعية للعقل والروح والجسد في صلته بذاته وبوجوده وحسب، وإنما بمصيره الحيوي.

وقد وجد هيدغر - الخلاص من إشكالية الهيئة التقنية في السؤال - الفن والسؤال - باعتبار السؤال تقوى الفكر، ومناط الخلاص الإنساني ولكن عندها أسس ريجيس دوبريه علم الميديولوجيا (la medioligie) رأى أن الفن عينه، أصبح مجرد أداة من أدوات التعمية الميديائية (الوسائطية): لماذا كانت الصورة بالنسبة للإنسان، لمقاومة العدم وجعل الوجود يستمر مدة أطول؟ لماذا تعد الصورة أكثر عدوى من الكتابة؟ (لماذا التلفاز أخطر من الكتاب بكلمة أخرى).

يذكر دوبريه الواقعة الأسطورية عن أحد أباطرة الصين الذي طلب من رسام بلاطه أن يزيل صورة الشلال الذي رسمه على جدار قصره لأن صوت الماء يمنعه من النوم! هذه القصة هي تعبير عن قوة الصورة، التي تخلق حولها حياة المتعددة الإحساس والحواس.

تعني كلمة «ميديا» بالمعنى التقني وسائل الإعلام المرئية والمسموعة (كالصحافة، المذياع، التلفاز، السينما، الإعلان). ولكن ثمة مجالات أخرى غير معدة أصلاً لنشر المعلومات مثل «المأدبة» والمقهى، ومنبر الخطابة في الكنيسة (والجامع) وقاعة المكتبة، والبار، والبرلمان، تنشر أيديولوجيات «ميديالوجية» (إعلامية) تقوم عليهما سلطة الرأي والحدث والحداثة، هذه السلطة هي التي يعدها دوبريه سلطة وسائطية لا تقتصر فيها التقنية على كونها آليات تقنية وإنما منظومات تقنية - ثقافية، هل ثمة وجود لإجتماع إنساني في مجتمع افتراضي؟

هل للحزب مؤسسة أو جمهرة أو المجتمع والإنسانية؟ هل مجتمع الأمم واقع اجتماعي أو مؤسسة ميديائية؟ هل الفاتيكان مرجعية روحية، أو واسطة روحية - ميديائية؟؟ إلخ

لقد أنتج الناس السلع وتبادلوها خلال آلف السنين من دون أن يحتاجوا للاستعانة بعلم خاص مثل الاقتصاد السياسي - فالعمل - القيمة كان موجوداً قبل ريكاردو، ولكن مفهوم العمل المجرد، قيمة التبادل، كانت تتطلب تقسيم العمل إلى عمل ذهني وعمل يدوي، قامت عليها القسمة الجديدة للعمل ورأس المال، هو الذي جعل من العمل قيمة افتراضية، قام على أساسها التراكم الرأسمالي اللانهائي. إن عدم التمييز ما بين العمل، وقيمة العمل، الحاجة والرغبة، هو الذي قام على أساسه

استثمار الإنسان للإنسان في المجتمعات، على أساس إيديولوجيات وسائطية (ميديائية) تسوغ قيمة العمل القائمة.

إن عقلانية العلم والتقنية إنما هي محايدة في عقلنة التحكم وعقلنة السيطرة - كما يقول هابرماز في كتابه «العلم والتقنية كإيديولوجيا» لا ريب أن للتقنية مجالاً خلاصياً في بعض - كثير - من المجالات العلمية والعملية كالطب شريطة عدم استخدامه واستثماره لغايات تجارية افتراضية أيضاً، ولكن العلم والتقنية يتطلبان أنسنة - جديدة من دونهما قد يقودنا العلم إلى تدمير الإنسان والبيئة والمجال الحيوي.

قامت القطعية مع النظام في الغرب الحديث على حالة من الانفصام، تقوم على العودة إلى الطبيعة، باعتبارها المنهل والموئل، والمصدر، وعلى الخروج على الطبيعة أو اللاطبعنة Desnaturalisation في آن.

ترتب على القطعية الرايكالية بين الجديد والقديم (القائم على مفهوم عقلي مركزي) «لوغوقراطي» الإخلال بالتوازن البيئي الحيوي الاجتماعي، والتذرية الفردية للبنى الاجتماعية، فقامت الفردية في المجتمعات الحديثة على عقلانية مدارة، وجرى استثمار المجال الحيوي بما يخدم حاجات التراكم الرأسمالي اللامتناهية.

في هذه الحداثة الباهتة إذا جاز لنا استعمال تعبير مارسيل غوشيه حلت الطبيعة الاصطناعية محل الطبيعة الأصلية، إذ حولت المجتمعات الرأسمالية الحديثة الإنسان إلى إنسان اقتصادي، استهلاكي، ذي بعد واحد يفتقر إلى القيمة والمنظور والمثال، في نظام يدمج في كنفه كل أبعاد الكينونة الخاصة والعامة، ويترتب على امتثال كل القوى والمصالح في «النظام» القائم على الاستهلاك والربحية، وإشباع الحاجات الفائضة على القيمة والحاجة Sur Value تحويل الحياة الحديثة إلى موضة حياة معممة يتحول فيها الاستهلاك إلى أخلاقية استهلاكية، تهدد أسس التوازن بين اللوغوس والميثوس، الحاجة والرغبة، الروح والمادة، الطبيعة والمجال، وتحول الإنسان إلى «إنسان امتثالي» «إنسان خير» (بتعبير نيتشه).

لقد فصلت الحداثة الإنسان عن بعده الطبيعي، والجماعي، والكوني، نتيجة لعملية التفريد الأنانية المركزية، وأدى عصر الأنوار (على الرغم من إيجابيات العودة إلى الطبيعة والإنسان كمعايير للوجود والحقيقة) إلى بروز فلسفات وأيديولوجيات تاريخوية، ووضعية وتطورية تقوم على سيادة العقل المركزي، ومنطق القوة، وتطبيق معايير النقد الطبيعي على الظواهر الطبيعية الوضعية،

والأخلاقية، والروحية والميتافيزيقية على حد سواء.

من الكوكلة إلى الكوكبة (العولمة)

ما الآليات الميديائية - الوسائطية الكبرى، التي تؤثر في الذات البشرية في عصر العولمة؟

آلية الاستحواذ: استهدف الفنان البدائي - في معنى ما، بالرسم على الكهوف - إلى الاستحواذ على موضوعاته الأخرى (كالثور) بنوع من الفن السحري، الذي يجعل من «الفن» أداة للسيطرة والهيمنة على «الموضوع».

وعملية الاستحواذ، في العصر الحديث، تقوم على السيطرة على الوعي واللاوعي بواسطة الميدياء، من الكوكلة (الكوكاكولا) إلى الدُرجة (الموضة) بأشكالها وإشكالياتها، وحتى مفاهيم، «الديمقراطية» وحقوق الانسان، والحرية والحداثة.

وتقدّم وسائل الإعلام مفاهيم نمطية، كونية - خصوصية، لا تأخذ بعين الاعتبار الخصوصيات الفردية والجماعية الأخرى.

آلية الهيمنة: وتقوم على الدعاية لنمط إنتاج واستهلاك عالمي، يقوم على منطق السوق، والبورصة، والعملة، والمؤسسات الدولية، باعتبارها مؤسسات كونية universal، بغض النظر عن اللاتكافؤ في الانتاج والتوزيع والاستهلاك على الصعيد العالمي.

آلية المحاكاة: تقدم الميديا الإعلامية نماذج نمطية سلوكية، في الزي، واللغة، والفنون، وأنماط العيش المركزية، باعتبارها نماذج كونية، بغض النظر عن الأنماط الأنتربولوجية للثقافات الأخرى.

آلية الاستعمار الذاتي: وهي تقوم على القابلية للاستعمار colonialisty، في الفكر، والسلوك، والدُرجة (الموضة) والعادات الاستهلاكية.

لا ريب أن للوسائطية الميديائية مناقبها، وهي ليست كلها من المثالب، من حيث التواصل بين الأفراد والأمم والشعوب، على صعيد كوكبي، وعالمي. ولكن منطق الهيمنة الرأسمالية هو الذي يوجّه «عصر الشاشة» من منطلق الامتثالية «للنظام» العالمي، ويغدو، بالمحصلة إرسال المعلومة وتناقلها وتواترها، و"السلع» المادية والذهنية، في علاقة المرئي باللامرئي أموراً مناطة بالصورة المركزية، وأساس وظيفتها، بين أفراد المجموعة البشرية.

والصورة، والحال، ليست مجرد صورة، وإنما «صورة مجردة» مثقلة بالدلالات والمحاميل

والمفاهيم المنطقية، والجمالية، والدلالية، والانتربولوجية والسيميائية. إنها وسيلة للعقل اللوغوقراطي (-العقلاطي) في تسخير الطبيعة للانسان، والإنسان للإنسان الآخر، باعتبار الطبيعة معيار الوجود والكينونة، فالإنسان كائن طبيعي، والحق والخير والجمال مقولات «طبيعية».

وعلى الصعيد الميتافيزيقي، تغدو الصورة وسيلة للتأليه، الخلق الالهي، أي إن الانسان بعيد خلق الخالق، على صورته الإنسية، النفعية، والغائيّة.

وإذا لنا في نظام إمبريالي، فلا بد أن يتصف الله بالإمبريالية والهيمنة والسيطرة على المسكونة باسم نظريات كنهاية التاريخ وصدام الحضارات، و"حدود الدم»!

وفي النظام الإمبريالي، تكون إيديولوجية الغالب، وزيه، ولغته، ومنطقه هي الأساس، بل يمارس لعبة التسمية على الآخرين باسم الحرية، والديمقراطية وحقوق الانسان، ويقسم الدول «الأخرى» إلى دول فاضلة ودول «مارقة» في عملية من الخليط بين القيمة و»حكم القيمة». وما القيمة في النظام الامبريالي؟ إنها قيمة إمبريالية، مديوقراطية، تخلط في «مركزية الصورة» الفكر واللغة والتقنية والدلالة، في علاقة الحس بالاحساس بالمحسوس، حيث نمارس إحساسنا في عالم، وتسمية الاشياء في عالم آخر.

وماذا يصبح اسم اميركا لو قمنا مثلاً بعكس الموقف من وجهة التسمية المضادة؟ تصبح أميركا (الولايات المتحدة) «دولة لوفياتان» (تنيناً) أسطورياً يضخ حممه على العالم والمعمورة، فهي دولة ديموإمبريالية، من منظور ديمقراطي، وسياسي، وسوريالية فانتازية، من منظور فني جمالي، تقدّم فضلاتها في معلبات، والفوضى والعنصرية واللاأخلاقية في الدادائية - الجديدة، في مبولة ديشامب، وفنون العري المجانية performance، حيث يصبح الجسد قيمة بلا قيمة، وفن الكاريكاتور كفن واقعي وافتراضي (هوليوقراطية) هو الفن.

وماذا عن أخلاقية الجسد - الحضارية، ألا تصبح آميري بمقتضاه دولة ديمو «قراطية» Fuckcraty؟ وماذا عن الفضيلة وفضلاتها؟ ألا تكون أميركا بمقتضاها «سوقراطية» وسلعة قراطية، وبرغرقراطية، وبيتزاقراطية (Hut) وكولاقراطية؟!

وماذا عن الاقتصاد، والدولرة، ومؤسسات البورصة، والبنك الدولي، والماسونية، ولوبيات الضغط، والمال (رأس مال) الناطق ألا يحول الإنسان إلى حيوان مالي ناطق، ويحوّل أو يسعى إلى تحويل العالم إلى «ديمولارية»؟ من دون معادل ذهبي؟!

وماذا عن الديمقراطية الأميركية، ألا تكون بمقتضى استراتيجيات «حدود الدم» و«الكاوس» و«نهاية التاريخ» وصدام الحضارات «دمقراطية» ودمى قراطية، وبترو قراطية وموز قراطية (ديمقراطيات الموز وشركات الفواكه المتحدة)؟ وماذا عن شركات النفط المتحدة التي تخاض الحروب باسمها، من أجل تعميم النموذج الديمقراطي على العالم وا لمعمورة؟! من أجل «عالم جديد» باهت Desenchanté، يجمع الصورة بالمعلومة بالسياسة بالتواصل الافتراضي خارج الدلالة، وبلا دلالة؟ في سحر الصورة المتعالية، المخصوصة، في عملية الفرجة، بلا تفريج catharsis، خارج الزمان والمكان والتاريخ في حياة الصورة وموتها – بحسب تعبير ريجيس دوبريه-؟

المراجع والمصادر:

-1 ريجيس دوبريه. حياة الصورة وموتها. ترجمة د. فريد الزاهي. دار أفريقيا الشرق – 2002 بيروت.

-2 أندريه لالاند، موسوعة الفلسفة. تعريب خليل أحمد خليل – دار عويدات – 2012.

-3 عبد المنعم الحنفي – موسوعة الفلسفة والفلاسفة – مكتبة مدبولي – القاهرة – 1999.

-4 عبد الرحمن بدوي – موسوعة الفلسفة (وأجزاء) موسوعة ذوات القربى – طهران – 1385ه.

-5 روجرويم – جوزيف دومنيك – مدخل إلى مناهج البحث الإعلامي – مركز دراسات الوحدة العربية – المنظمة العربية للترجمة – الطبعة الأولى – بيروت – 2013.

سطوة الميديا

العالم الافتراضي وأثره في المجتمع المدني

صابرين زغلول السيد[*]

إلى أي مدى استطاعت الميديا أو ما يسمى بالعالم الافتراضي أن تغيّر نمط الحياة الثقافية واتجاهات السلوك الاجتماعي في العالم ومجتمعنا العربي والإسلامي بنحو خاص.

هذه المقالة تبحث في أثر ثورة الميديا في بيئات المجتمع المدني من النواحي الأخلاقية والثقافية واتجاهات السلوك العام. وقد قاربت الباحثة المصرية صابرين زغلول السيد هذه القضية انطلاقاً من أبرز الفرضيات والنظريات التي قدمها عالم الاجتماع الفرنسي جان بورديار في هذا الشأن.

المحرر

يشهد عالمنا المعاصر على الكثير من الفوائد التي قدمتها الميديا في الميادين الإنسانية المختلفة. فقد أنتج مما عرف بالعالم الافتراضي الرغبة في التواصل والحوار وتبادل الآراء. وهو ما يؤكد سعي الأفراد نحو إثبات الذات ونشر الأفكار حيث أصبحت الهوية الافتراضية عند غالبية الأفراد انعكاساً لهوياتهم الحقيقية. فقد رأى كثيرون في مجتمعاتنا الإسلامية أنهم عن طريق الهوية الافتراضية يكونون أكثر تفاعلاً ونشاطاً ومشاركة وأحسن تصرفاً عما هي عليه الحال في الواقع الفعلي، وذلك لخصائص هذا العالم الذي يركز على التواصل الفكري وليس على المظهر الفيزيائي المباشر. إلا أن القدرة على إخفاء الهوية أدى وبشكل سلبي إلى عدم مصداقية الهويات الافتراضية التي شجع بعضها على اختراق الحدود الدينية والأخلاقية والسياسية ...الخ، وقد أدى ذلك إلى انقلاب الوسائل التكنولوجية وحرفها عن مسارها الصحيح فأصبحنا بسبب ذلك كله فريسة سهلة للحرب

*- أستاذ فلسفة الدين في جامعة عين شمس ـ جمهورية مصر العربية.

المعلنة على القيم. ما أدى لفقد كثير من بديهيات القيم قيمتها ومعناها الحقيقي. كما أدى إلى وضع جديد مليء بالفراغ الروحاني كان من نتيجته صعود موجات الشك المعرفي والوجودي، فلم يعد بالإمكان التمييز الدقيق بين ما هو حقيقي وما هو مصطنع. لقد بتنا أمام أسئلة لا مناص من الإجابة عنها: هل الحقيقة هي العالم المصطنع الافتراضي أو عالمنا المادي الواقعي؟، هل ندرك أننا نعيش داخل عالم مصطنع افتراضي أو أن الميديا جعلت ما هو موهوم حقيقياً؟ ثم كيف نواجه الاغتراب الذي فقدنا بسببه هويتنا وذواتنا الحقيقية داخل عالم مصطنع مفرط؟

أسئلة كثيرة تصدى لها فلاسفة أوروبيون في مقدمهم عالم الاجتماع الفرنسي جان بودريار «1929-2007م» الذي كثَّف هذه الإشكالية بالتساؤل عما تبقى «من الواقع المادي ونحن نشهد في كل مكان حقناً هائلاً ومتواصلاً للواقع بالصورة والمتخيل والافتراضي»[1] ومن أجل ذلك حاول بودريار في كثير من أعماله وكتاباته التصدي لما سماه بعصر موت الواقع أو نهايته، الذي كان أبرز سماته نشأة العوالم الافتراضية، فقام بتحليل المبدأ المادي للواقع من صراع وتناقض وجدلية ونفي وقطعية ومجاوزة وثورة والذي كان من نتاجهم جدليات هادمة نتيجة القطعية التي خلقتها العوالم الافتراضية بين الإنسان ومجتمعه فأصبح مغترباً حتى في وطنه وأصبح يعيش بعيون المغترب بين عالمين مختلفين لم يجتمعا على حافة التماس إلا وقد افترقا، وهما العالم الواقعي والعالم الافتراضي، ومن أجل ذلك كان لابد لنا من الوقوف على موقف بودريار من الواقع الافتراضي من خلال العديد من المفاهيم التي قدّمها في محاولة للوقوف على تلك الهوّة الكبيرة التي حدثت بين العالم الواقعي والآخر الافتراضي من أجل إعادة الذات المستلبة التي فقدت هويتها داخل هذا العالم ذلك العالم الافتراضي.

الواقع الافتراضي Virtual reality

في ظل التأثيرات التكنولوجية الحالية انطلق بودريار في تقديمه مفهوم الواقع الافتراضي من خلال تقديمه فكرة الواقع المفرط Hyper-Reality، والذي يعني عدم قدرة الوعي على التمييز بين الواقع ومحاكاة الواقع، وخاصة في مجتمعات ما بعد الحداثية التي شهدت تقدماً تكنولوجياً هائلاً، وينظر إلى الواقعية المفرطة بوصفها حالة يمتزج فيها الحقيقي والخيالي معاً بسلاسة حتى لا يكون هناك تمييز واضح يحدد أين ينتهي أحدهما وأين يبدأ الآخر، مما يتيح الاختلاط بين الواقع المادي

[1]- Baudrillard, Jean.Simulacra and simulation (S. F. Glaser, Trans.). Ann Arbor, MI: University of Michigan. (Original work published 1994, p, 1

و الواقع الافتراضي والذكاء البشري والذكاء الاصطناعي و قد يجد الأفراد أنفسهم لأسباب مختلفة، أكثر إنسجاماً أو تورطاً مع عالم الواقع المفرط مقارنة بالعالم الحقيقي المادي لذلك يرى بودريار «أن الواقع الحقيقي لم يعد ما كان عليه من قبل، حيث أثرت وسائل التكنولوجيا في تشكيل الوعي الاجتماعي الجديد في العصر الحاضر ومع تطور وسائل الاتصال والثورة التكنولوجية التي شهدها عصر ما بعد الحداثة أصبحت وسائل الإعلام تمارس دورًا جوهريًا في إثارة اهتمام الجمهور بالقضايا والمشكلات المطروحة»[1] حيث تعد وسائل الإعلام مصدرًا رئيساً يلجأ إليه الجمهور في استقاء معلوماته عن كافة القضايا، بسبب فاعليته الاجتماعية وانتشاره الواسع فهو – الإعلام – بقدرته على الحراك ومخاطبة القسم الأعظم من التكوين المجتمعي، يمتلك تلك الإمكانية على التأثير لا سيما الفضاءات الافتراضية، التي تقوم بتشكيل الوعي الاجتماعي بصورة غير مباشرة، وقد ذهب بودريار إلى أن المعلومات والاتصالات، أصبحت يستعاض عنها بما يعرف بالواقع المفرط الذي يحاكي الواقع الفعلي وذلك من خلال الإثارة واختراع الأكاذيب التي تجعل من حقيقته، هي الأفضل وقد تم ذلك عند نقطة تحول حاسمة من خلال الانتقال من الإشارات التي غطت على الأشياء، إلى علامات تخفي وجود هذه الأشياء، وعلى ذلك أصبح الواقع المفرط يعرف بأنه ثقافة مليئة بالنماذج الحقيقية التي لم تكن موجودة، مما ترتب عليه عواقب بفقدان «التمييز بين الحقيقي والمتخيل»[2] وأصبحنا نخاطر بأن الحقيقي لا يحتاج لأن يكون عقلانياً، لأنه لم يعد لدينا المقاييس نفسها التي نحكم من خلالها على المثال الأعلى أو السلبي. ولذلك ساد منطق المحاكاة أو الاصطناع الذي ليس له أي علاقة بمنطق الحقائق أوالترتيبات العقلانية[3] ويعتبر مصطلح الاصطناع أو المحاكاة من المفاهيم المهمة والضرورية لفك ألغاز الواقع المفرط عند بودريار، ولذلك لا بد لنا من تسليط الضوء على هذا المفهوم.

الاصطناع Simulation

لعب مفهوم الاصطلاح دوراً أساسياً في تشكيل منظومة العالم المفرط في فلسفة بودريار، ولكي نفهم مفهوم الاصطناع عنده لا بد من إظهار التباين بين مصطلح الاصطناع Simulation والإخفاء dissimulation، وقد ذهب بودريار إلى أن الإخفاء يلزمه وجود الشيء أولاً ليتم إخفاؤه فهو على

[1]-Ibid ,p, 22.
[2]-Ibid, p, 44.
[3]-Ibid, p, 45.

حد قوله يعني «التظاهر بعدم امتلاك ما نملك»[1] لذا فإن ذلك المصطلح يعني (بما نملك) فنحن لا نخفي شيئاً ليس بحوزتنا، لأنه لا يمكن إخفاء اللاشيء أو العدم، كما أنه ليس بمقدورنا حجبه طالما أنه غير موجود، فلزم وجوب وجوده وملكه.

أما الاصطناع فهو «التظاهر بامتلاك ما لا نملك»[2]، وهو بهذا يعني الذي لا نملكه مدعين امتلاكه واستمرارية ذاك الامتلاك، أو بمعنى آخر ادعاء حضور الغائب، وذلك لأن موضوعاته ليست واقعية وغير حقيقية نظهرها على أنها وقائع طبيعية، لذلك كانت مكانة الغياب متباينة بين المصطلحين، ففي مصطلح الإخفاء مكانة الغياب ثانوية لأنها تأتي بعد الحضور أو الوجود والملكية، أما فيما يخص مصطلح الاصطناع فتلك المكانة – الغياب - أساسية تدخل في بنيته وصلب تكوينه لأنه يقوم عليها فهي مرجعيته الاستراتيجية، ومع ذلك فالاصطناع ليس بهذه البساطة والوضوح والتميز، لأنه أكثر تعقيداً وتركيباً وتضليلاً، ذلك «لأن الاصطناع غير التظاهر»[3]، أو التمثيل، بل بالعكس هو معارض له ذلك أن العلامة والرمز يمثلان الحقيقة في التظاهر وهما متكافئان مع الحقيقة الواقعية، في حين أن الاصطناع يبدأ من يوتوبيا هذا التكافؤ، من خلال الارتداد بالعلامات والرموز عن كل مرجعية وبالتالي الحكم عليها بالإعدام، كذلك نجد التظاهر يحاول امتصاص ماهو مصطنع ومحاكى عن طريق تفسيره على أنه تمثيل كاذب، ولذلك فالتظاهر بالشيء لا يعني اصطناعه، على سبيل المثال من يتظاهر بالمرض – كما يقول بودريار – يمكنه ببساطة أن يستلقي على سريره ليوهم الآخرين بأنه مريض، أما من يصطنع المرض فإنه يعمل على أن يعين في ذاته بعض الأعراض، ولذلك فإن الاصطناع متباين تماماً عن التظاهر والإخفاء ومؤثر في الواقع على نحو مغاير لهما، حيث أن تأثيره يخل بالتوازن في الواقع، بل أنه يشوه الواقع ويمزق مبادئه في حين تأثير التظاهر والاخفاء لا يؤثر أو يغير من توازن الواقع، ولذلك فالاصطناع لا يعبرُ ثم يمضي ويزول، لأنه ليس استراتيجية سطحية ثانوية وإنما موجه بالضرورة ضد مبادئ الواقع ومقولاته، فالاصطناع إذاً يضع الواقع في زلزلة قوية مفادها فقدان ثنائياته وتناقضاته مما يعمل على زيادة الهشاشة لمبدأ الواقعية، ويرمي بظلاله على أي إمكانية للتمييز بين الحقيقة والزيف والصدق والكذب، الخير والشر، بين الواقع والخيال... إلخ، وهذا بدوره يؤدي إلى زلزلة عمق المعاني من خلال عدم التمييز بين حدودها ونظيراتها ونقيضتها، فيحدث ما يمكن أن نسميه بالدمج بين الواقع والمصطنع، لذلك فإن الاصطناع بكونه

[1]- **Ibid , p, 48.**

[2]- **Ibid ,p 55.**

[3]-**Ibid ,p 55.**

موجه بالضرورة ضد مبادئ الواقع، فإنه يسعى إلى خلق ابستمولوجية فوضوية جرثومية أساسها التمويه والتضليل وانعدام الشفافية، مما يؤدي إلى سقوط مبادئ الواقعية وحدودها لحدوث هذا الدمج حيث لم يكن هناك ما يميز ذلك الحد الفاصل بين ما هو واقعي وخيالي أو حقيقي وسراب زائف لأن جميع تلك المصطلحات قد أُزيلت الحدود بينها وبين نقيضها «بحيث لم يعد هناك بُعد خيالي مستقل عن الواقع»[1] ولن يبقى إلا الزيف المنفصل عن الحقيقة، لقد اختلطت الأوراق والعناصر والأشياء، وفي هذا المستوى نلمس تشابهاً بين نظرة بودريار للعالم ونظرة ديريدا للعالم كنص، فدريدا كذلك يقر بالطابع «المتردد واللايقيني indécidabl للعالم.

ولذلك يتساءل بودريار: بما أن المصطنع يخلق أعراضاً حقيقية فهل هو مريض أو لا ؟ ويجيب بقوله: «لا نستطيع أن نتعامل معه موضوعياً لا كمريض ولا كسليم هنا يتوقف الطب وعلم النفس أمام حقيقة مرض صارت غير معروفة»[2].

الصورة الافتراضية المصطنعة

إذن فما هي نتيجة هذا الاصطناع على الواقع ؟ النتيجة أن الواقع بعدما أصبح مصطنعاً ومفبركاً أصبح عصياً عن الفهم ما دمنا لا نستطيع تمييز مظاهره الحقيقية عن المصطنعة، لذلك يقول بودريار «لقد انخرط الجميع في اللعبة، لعبة الإيهام، ذلك أن الاصطناع جعلنا « لم نعد نتوقف على معيار أو مقياس أو إطار أو مرجع أنطولوجي أو قاعدة ابستمولوجية أو ضوابط أخلاقية نهائية أو يقينيات دينية تصلح للتمييز بين الأشياء ورسم الحدود وتحديد المسارات وتثبيت الأسماء وضبط الآفاق وطرد الأشباح والأوهام والتناقضات[3]، والمثال الذي يشرح ويوضح به بودريار ذلك الاصطناع" هو مثال ديزني لاند Disney Land حيث يؤكد أن ظاهرة ديزني لاند ليست حقيقية وليست بالمزيفة كذلك، إنها آلة تعمية (حجب، إخفاء...) غرضها الأساسي إعادة توليد وهم الواقع. ومن هنا - يقول بودريار - بهزال التخيّل وسخريته وانحطاطه؛ ذلك بأن عالم ديزني لاند يريد أن يكون طفولياً ليوهم الناس أن عالم الكبار هو في مكان آخر - أي- في العالم الواقعي»[4] وأن هذا العالم هو مجرد عالم ديزني لاند، ليخفي حقيقة أن الطفولة الفعلية هي في كل مكان، وأنه لا فرق بين ديزني لاند والعالم الواقعي»، وواقع الولايات المتحدة الأميركية بالخصوص، ديزني لاند هي طفولة

[1]-Ibid, p, 66.
[2]-Ibid, p, 66.
[3]-Ibid,p, 67.
[4]-Ibid, 88.

الكبار بأنفسهم الذين يلعبون هنا دور الأطفال لخداع الناس وتوهيمهم وإخفاء طفولتهم الواقعية[1]، فديزني لاند نموذج مقولب Stérétype يعبر عن الواقع الأميركي من دون التعبير عنه، وأساس هذه الصورة المقلوبة هي النمنمة أو التصغير miniaturisation ولا شك في ذلك طالما أن عصر الاصطناع هو عصر النمنمة بامتياز،على حسب تعبير بودريار، وقد ساعد على ذلك أن تحولت كل الكلمات إلى إشارات ورموز تنتقل بفعلها الدلالات عبر فضاءات لتصبح كلمات ورموزاً للخطاب، لذلك أصبح الواقع في نظر بودريار مجرد وهم يتميز بالاختفاء كلما أردنا الاقتراب منه، فمثله في ذلك مثل سراب أنشأنا من خلاله واقعاً افتراضياً[2] جاء نتيجة لاصطناع مفرط تمثل فيه الأشياء لتحل محل الأشياء الممثلة، وأصبح التمثيل أكثر أهمية من «الشيء الحقيقي»[3] وقد انتقد بودريار العلاقة بين الدال والمدلول عند» فرديناند دي سوسير 1857-1913 م»[4] حيث أنكر مثل جاك ديريدا وجود أي معنى واضح، و قال بالدلالات العائمة أو المعنى المغيب، وبالتالي « رفض التمييز بين المظاهر والحقائق الكامنة وراء هذه المظاهر»[5] وبالنسبة له، انهارت أخيرا الفوارق بين الدال والمدلول، ولم تعد العلامات تشير إلى مدلولات بأي معنى معقول، حيث يتكون العالم الحقيقي من الدلالات العائمة. ولذلك ذهب مثل الفيلسوف الألماني نيتشه، بوجود الحقيقة مادامت ترتبط ارتباطاً وثيقا باللغة والخطأ والظن والمبالغة المجازية والبلاغة التخييلية ووسائل الإعلام، وقد ذهب بودريار إلى أبعد مما ذهب إليه نيتشه بصياغته لمفهوم «مافوق الحقيقة، حيث يكون شيء ما حقيقياً فقط عندما يتحرك ضمن نطاق وسائل الإعلام، وتولد تكنولوجيات الاتصال في مابعد الحداثة الصور العائمة بشكل حر، حيث لايمكن لأحد أن يعيش أي تجربة إذا لم تكن بصيغة مشتقة، وقد أخذت تجربة العالم للعبث مكان أي ثقافة مميزة، وأصبح للعبث لهجة واحدة فقط: تلك التي تمتلكها الولايات المتحدة الأميركية.

وهذا ما قاد العديد للشك في أن بودريار نفسه بمفهومه مافوق الحقيقة، لم يعد يسكن جسداً دنيويا[6]، حيث تحولت كتاباته إلى إستراتيجيات فادحة حين أصبحت العلامات والرموز بلا

[1]-Ibid, 89.

[2]-Ibid,89.

[3]-14- Baudrillard, for a Critique of the Political Economy of the Sign, trans. Charles Levin, St Louis:Telos,, 1981 , p, 45.

[4] - فرديناند دي سوسير ولد في 26 نوفمبر 1857 وتوفي في 22 فبراير 1913، عالم لغوي سويسري شهير. يعتبر بمنزلة الأب للمدرسة البنيوية في علم اللسانيات. فيما عدّه كثير من الباحثين مؤسس علم اللغة الحديث. عُني بدراسة اللغة الهندية، الأوروبية.

[5]-16 - Baudrillard, for a Critique of the Political Economy of the Sign, p76,

[6] - ديفيد كارتر :ترجمة باسل المسالمة، دمشق، التكوين للطباعة والنشر والتوزيع، 2010،ص133

معنى بسبب تكرارها واختلافها، وعلى الرغم من هذا التكرار والاختلاف البين لكل من العلامة والرمز إلا أنهما شكلا الجوهر الجذري الذي صاغ به بودريار اتجاهاته الأيدولوجية والإستراتيجية الفادحة ويتضح ذلك من عبارته الشهيرة والأكثر إثارة للجدل «أن حرب الخليج عام 1991م لم تكن حقيقية، بل كانت حدثاً إعلامياً» إنها غير حقيقية، إنها حرب دون أعراض الحرب»[1] فهي في نظره عبارة عن وهم، لأنها لم تعد موجودة بقدر ما، إن الذي أصبح موجوداً هو فقط الوهم الذي فيه تم التعويض بالعلامات والرموز الحربية، فنحن لم نكن أمام حرب حقيقية بقدر ما أننا كنا أمام علامات ورموز حربية وهمية ومضللة وهي الحرب نفسها التي مارسها الأمريكان على الرأي العام العالمي من خلال وسائل الإعلام خاصة أنها حرب لا معنى لها؛ لذلك فما أشارت إليه وسائل الإعلام يمكن أن ينتمي إلى الواقع بقدر ما أنه يمكن أن ينتمي إلى الزيف، فنصبح بذلك أمام الشك أي عدم اليقين والارتياب، ولذلك يرى بودريار أن القول إن الحرب لها وجود واقعي هو قول من قبيل الوهم؛ فالقول بالحرب هو تمثيلية، نجاحها ارتبط بالقدرة التي تمت ممارستها على ما يسمى «بالرأي العام» بفعل قوة تغطية وسائل الإعلام التي عملت على نشر وهم مساندة الجميع للحرب وكذا المبررات التي تم تقديمها للرأي العام على أنها مسوّغات صحيحة؛ وبذلك حلت عملية الحدث الإعلامي عن الحرب محل الحرب ذاتها؛ وبمعنى آخر، يرى بودريار، أننا لم نعد أمام اختلاف بين حرب هي حرب الكلمات أو الوهم الذي أسست له وسائل الإعلام بتوجيه من اليمين المحافظ خاصة الأمريكي منه لترويض الرأي العام، وبين الحرب التي هي الحدث ذاته الذي لن يحدث إلا في مخيلة هذا الأخير بفعل قوة الإعلام التلفزيوني خاصة مرحلة حشد القوات العسكرية قبل مدة وجيزة عن انطلاق الحرب؛ ويتابع بودريار قوله «بأن مرجعية مجمل المسؤولين من رؤساء دول وسياسيين وعدد من الجنرالات والخبراء تتجسد في الإعلام التلفزي الذي هو آلية تمدهم بكثافة من الصور المزيفة والأخبار المعدة قبلا في الموضوع»[2] لذا لم يعد بمقدور الرأي العام المحلي والإقليمي والعالمي التمييز بين الحرب الحقيقية والحرب الوهمية، لقد أصبحنا أمام تمثيلية مسرحية محبوكة موقعها شاشات التلفاز، تمثيلية لم يعد بإمكان الرأي العام التمييز فيها بين ما هو حقيقي وما هو وهمي، ولاشك أن تصور بودريار هذا هو تصور يندرج تحت استراتيجية منحطة لخطابات التحرر السياسي نظرا لعبثيتها المتمثلة في كون أن الأحداث السياسية وغيرها هي أحداث لا معنى لها، وما على الرأي العام إلا أن يقتنع بذلك مادام هو الدائرة الوحيدة التي

[1]-18- Baudrillard , Gulf War will did not take place , Translated and with introduction Paul Patton,Bloomington and Indianapolis, Indian university press , 1995, p 87.

[2]-Ibid , p, 90.

يتحرك من داخلها من دون رفضها، وبطبيعة الحال، فهذا القول هو تعبير أيديولوجي عن أزمة النظام الرأسمالي الذي أصبح - لكي يتجاوز أزماته-، مضطراً إلى أن يصور الواقع كما يريد، وكما تقتضيه مصلحته الاقتصادية؛ وهذا يتطلب تعبئة المستوى السياسي الذي أفرغ سلوكيات الرأسمالية من المضمون السياسي المتوحش وأعطاه المضمون الغامض والشديد المرونة لاتقاء احتجاجات الشعوب وثوراتها وتظاهراتها وهو نفس التنظير والتوجه الأبستيمولوجي والأيديولوجي، لذلك أصبح التحقق من حرب الخليج غير ممكن إلا من خلال شاشات التلفاز، فالصورة التلفزية هي نفي لأية إحالة واقعية أو حدثية أو لنقل إنها الصورة الافتراضية التي تتميز بالتوالد والتكاثر لكن بعيداً عن أي إحالة على الواقع؛ ولذلك عندما تصبح الصورة رمزاً لغوياً يتحدد مدلوله في نفي الواقع، أو لنقل عندما يتم تحويل الإعلام، وأهمه التلفاز، إلى فضاء افتراضي للحدث، فهنا نصبح أمام خلق شروط مشروعية الاستعمار والغزو وبالتالي الحصول على مشروعية إبادة الواقع وإحلال واقع افتراضي تقوم وسائل الإعلام بالدعاية لمشروعية وجوده ليصبح المشاهد شخصاً مسجوناً أمام الشاشة لذلك يرى بودريار أنه لم يعد للواقع مرجعاً أو أي سلطة وبالتالي لم يعد معقولاً «لقد غدا واقعاً إستراتيجياً على وجه التحديد»[1] لقد أصبح الإستوديو والشاشة كما يذهب إلى ذلك بودريار هما مركز القيادة في ميدان الحدث وبالتالي تغييب الميدان الحقيقي لصالح الميدان الافتراضي للحدث، وهذا يؤكد -كما يذهب بودريار- قصد تزكية المصداقية على غزو العراق وغيره من دول الشرق الأوسط بل وغيره من باقي دول العالم - مثال رومانيا وقصد محاكمة وإعدام تشاوسسكو 1918 – 1989 م[2] وعلى ذلك يرى بودريار أن الخبر والصورة لم يعودا في قبضة مبدأ الحقيقة والواقع»[3] بل أصبحا في قبضة المحاكاة أو الاصطناع الحاكم على كل أفعالنا من خلال انخراطنا في العوالم الإفتراضية، ووفقاً لما ذكره بودريار انعكس هذا على الفرد و المجتمع، حيث فقد الفرد هويته في ما يسمى بالشتات الذهني للشبكات»[4] ولم تعد الأفكار الفردية ذات صله بالموضوع واستعيض عنها بالأصوات والأفعال التي تتردد أصداؤها في الشبكات بتضخيمها وتشويهها، وهو ما أدى إلى نتائج عشوائية غير متوقعة ولا يمكن لأحد أن يتحكم فيها حيث استعيض عن الهوية الفردية بالهوية المفرطة (للشبكة أو المجموعة)، ويتساءل بودريار: أليس هذا غريباً على عكس ما

[1] - جان بودريار : الفكر الجذري، أطروحة موت الواقع ترجمة منير الحجوجي واحمد القصوار دار توبقال للنشر العام 2006 ص13

[2]- نيكولاي تشاوتشيسكو هو سياسي روماني راحل، وكان الأمين العام للحزب الشيوعي الروماني في الفترة من 1965 إلى 1989، وكان هو الزعيم الشيوعي الثاني والأخير في البلاد.

[3]- Baudrillard, Jean , Symbolic Exchange and Death, trans. Iain Hamilton Grant, London, Sage., 1998, p, 122

[4]- جان بودريار : الفكر الجذري، أطروحة موت الواقع ، ص 13.

نشكو منه، من أنانية مفرطة، وهوس بالذات و النرجسية الفردية؟ فهل يكون شيئاً جيداً أن يوجه الناس أنفسهم أكثر نحو المجتمعات الافتراضية ؟

هنا يذهب بودريار إلى أنه إذا لم يكن هناك واقع مشترك خارجي يختبر فيه الناس أفكارهم، فلن يوجد بذلك أساس لالتقاء الأفكار، وبالتالي تتلاشى الهوية شيئاً فشيئاً وقد ساعد على ذلك وجود أشياء في الواقع الافتراضي من شأنها أن تساعد على الاغتراب النفسي والاجتماعي للفرد، فلم يعد المرء في الواقع الافتراضي يتفاعل مع أشخاص آخرين (مؤلف، فنان) فأصبح التفكير ينشط من خلال أدوات جاهزة تعرض، وأصبح الفرد من خلال العالم الافتراضي يبني عالماً هو أشبه بالمعبودات التي يفضلها، كذلك أصبحت الشبكات الاجتماعية، مثل الفيسبوك عالماً منغلقاً على نفسه حيث يتم اختيار الآخرين وفقاً للتشابه اا‌لذي يتجمع حوله الناس فيغلقون تفكيرهم على أنفسهم في شبكات أو مجموعات، ونتيجة لذلك فإنه نادراً ما يستطيع المرء مساعدة نفسه على التحرر من الاندماج، و بدلاً من ذلك يحدث النقيض حيث يدمر المرء قيم التسامح والتعاطف والفهم للآخرين الحقيقيين، من خلال انغلاق العقول التي تنحصر في المرسل والمتلقي فتصبح مماثلة من دون أي إبداع، ووفقاً لما يسميه بودريار يحدث نوعاً من الالتواء يؤدي إلى فقدان المعلومات والتنوع في الحياة، ولذلك تؤدي الزيادة في المعلومات إلى نتيجة عكسية حيث ينتج منها ضآلة القيمة المعلوماتية ولذلك يؤكد بودريار من خلال عبارته المشهورة «بأن ما يزدهر بنفس الطريقة سيهلك بنفس الطريقة»[1] وقد ساعد على ذلك سببان:

أولاً: مع تكنولوجيا الاتصالات يحدث انفجار من الرسائل والصور التي نلتقي حولها والتي كثير منها ينشأ نتيجة التكرار، والازدواجية، والتضخيم من خلال صدى شبكة الإنترنت نظراً لسهولة انخفاض تكلفه الاتصالات و ذلك يسمح ببذل جهد أقل مما ينتج منه تفكك المعلومات في نهاية الأمر.

ثانياً: إن ما يرسله الناس ويختارونه، عبارة عن ثرثرة ينتج منها انخفاض للقيمة المعرفية، التي تؤدي لفقدان القيمة المعرفية في بعض الفئات الاجتماعية، وبالتالي فقدان التفرقة بين الآراء والأفكار، وهذا الأمر يتعارض مع طبيعة الحياة ذاتها، ويشكل شكلاًمن أشكال الانحلال و الموت، نتيجة لتعصب تلك العقول المغلقة، التي تساعد على قتل الحياة الثقافية، ولذلك ومن أجل بقاء الحياة من خلال الاتصالات، فإن ذلك يحتاج إلى فتح هذه المجتمعات المغلقة، من أجل استيعاب

[1]- Baudrillard, Jean,] The Mirror of Production, trans. Mark Poster, St Louis: Telos., 1975 ,p, 120.

الحياة والعيش فيها، ومن أجل ذلك طالب بودريار بضرورة استيعاب أن عالمنا هو عالم الواقعية المفرطة أو الواقع الفائق، الذي هدم حدود الواقع لينفتح على أضداده لتصبح هذه الأضداد مندمجة فيه، كذلك لابد من فهم أن استراتيجية الاصطناع تعني الاختلاف بين الحقيقي والمزيف فمن منا سيقول مثلا إن الصور المنقولة على شاشة القنوات الإخبارية بالخصوص غير واقعية أيضا؟ صحيح أنها نسخ عن الواقع، لكنها استطاعت أن تحل محله من حيث القيمة وأصبحت أكثر واقعية منه، لذلك ينبغي ألا ننظر إلى الافتراضي والاصطناعي من جهة أخرى «كشيئين متعارضين أو كقطبين متناقضين»[1]، ذلك أن الافتراضي والاصطناعي هما بالفعل أكثر واقعية من الواقعي ذاته، ونتساءل الآن كيف أثر الواقع المفرط الافتراضي في منظومة المجتمع المدني ؟ يقدّم بودريار ذلك التأثير من خلال مفهوم المجتمع الاستهلاكي الذي سنعرض له بإيجاز في السطور الآتية.

المجتمع الاستهلاكي

كان من مظاهر التكنولوجيا المعاصرة مايعرف بظاهرة المجتمع الاستهلاكي،الذي بدأ في الدول المتقدمة الغنية كتطور طبيعي، ونتيجة لارتفاع مستوى الدخل، بعد أن أشبع معظم الناس حاجاتهم الأساسية، وقد ساعد على ذلك ضغط الحكومات والمؤسسات الكبرى لفتح أبواب الاقتصاد، قبل أن يشبعوا الحاجات الضرورية لمعظم الناس، وقد نظر بودريار لظاهرة المجتمع الاستهلاكي على أنها نهج سوسيولوجي لمجتمع الرأسماليه الاستهلاكية، جاء مع ذُرْوة المفاهيم المعاصرة بين ما ذهب إليه إميل دور كايم (1858 - 1917 م) لتقسيم العمل وتغيير التصنيع للمجتمعات من البساطة والاتساق إلى التخصص والاختلاف، وبين ماذهب إليه ماكس فيبر (1864 - 1920 م) في التفرقة بين الأخلاق البروتستانتية و أخلاقيات الرأسمالية، وبالنسبة لبودريار، كان الاستهلاك هو السمة الرئيسة للمجتمعات الغربية، من حيث أنه «الاستجابة العالمية التي ترتكز عليها المنظومة الثقافية بأكملها[2] ويطرح بودريار مفهوم الاستهلاك على أنه أصبح وسيله للتفرقة، وليس للترضية، وهو نتيجة طبيعيه لتولي الهيئات والأفراد هذه المسألة حيث تلاشى العالم الحقيقي الواقعي واستعاض عنه بعلامات وهمية من العالم الحقيقي.

وقد دعم ذلك موجات الدعاية والإعلان لسلع تافهة وغير ضرورية، مع تصويرها بأن الحياة لا يمكن أن تستمر من دونها، حيث أصبحت السلع نتيجة للتواصل الإعلامي والإعلاني عبارة

[1]- Ibid ,p, 120.
[2]-Baudrillard , America, trans. ChrisTurner, London & NewYork:Verso. ,1988,p,122.

عن منتجات من الممارسات البشرية، مثل ‹ الشالات الهندي، والمسدسات الامريكيه، والخزف الصيني والتوابل من المناطق المدارية...إلى آخره[1]. وقد نتج من ذلك توترات شديدة، تفوق بكثير ما أنتجته ظاهرة المجتمع الاستهلاكي من توترات في البلاد التي أبدعتها، وقد نظر بودريار إلى مجتمع الاستهلاك من خلال كيفية التحول من الليبرالية باعتبارها الصورة التي يرى عليها الغرب الرأسمالي نفسه إلى مجتمع الاستهلاك الذي هو الواقع الحالي والنهاية الأخيرة التي وصل إليها هذا الغرب، وقد عبرت دراسات بودريار عن مدى تحول القيم والمثل البورجوازية والأيديولوجيا الليبرالية إلى قيم ومعايير استهلاكية تتحكم بها المؤسسات الكبرى ووسائل الإعلام من خلال نسق من الرموز والعلامات التي لها منطقها الخاص وحياتها الخاصة التي تلغي الحياة الواقعية للبشر، كما عبرت دراساته أيضاً عن الكيفية التي يصنع بها الإعلام والاتصال عالماً صناعيا يمثل واقعاً أكثر واقعية من الواقع نفسه[2] حيث يتحول المجتمع الاستهلاكي المعاصر بهذه الوسائل الإعلامية إلى أسطورة، ولهذا فهو ليس بحاجة إلى إنتاج الأساطير حسب ما يؤكده بودريار بقوله «يمكن القول إن عصر الاستهلاك بوصفه المآل التاريخي لكل المسارات الإنتاجية المتصاعدة تحت برج الرأسمالية، وهو أيضاً عصر الارتهان الجذري، فقد شاع منطق السلطة وعمَّ، إذ إنه يسيّر اليوم سيرورات العمل والمنتجات المادية، مثلما يسيّر الثقافة بأسرها والحياة الجنسية والعلاقات الإنسانية، وصولاً إلى النزوات الفردية، وهذا المنطق استرجع كل شيء، لا بمعنى أن كل الوظائف وكل الحاجات قد تموضعت واستعملت لأغراض الربح وحسب، بل أيضاً بالمعنى الأعمق، حيث تمسرح كل شيء، أي تبرمج في خيلات، في علامات، في نماذج قابلة للاستهلاك[3].

ويرى بودريار أن ثقافة المجتمع الاستهلاكي في المجتمعات المعاصرة قد وصلت إلى النقطة التي اختفى فيها الحقيقي واستعيض عنها بنماذج «مصطنعة هي جوهر الواقعية المفرطة، ولذلك يتمحور قلق بودريارد حول مشكلة السلعة ودورها في المجتمع والثقافة، وقد أسس ذلك من خلال الرجوع لفلسفة ماركس العامة في «رأس المال» حيث جادل ماركس بأن المنطق الأساسي للمجتمعات الرأسماليه هو تراكم الثروة من خلال «الجمع الهائل للسلع الأساسية الذي تظهر في شكلها الأول كسلع فردية[4] وقد حاول بودريار تحرير هذا المفهوم الذي ساد في القرن 19 من

[1]-Ibid, p, 136-

[2]- أشرف منصور: من الليبرالية إلى مجتمع الاستهلاك موقع الحوار المتمدن http://www.m.ahewar.org/s.asp?aid=85418&r=0

[3] - جان بودريار « المجتمع الاستهلاكي ـ دراسة في أساطير النظام الاستهلاكي وتراكيبه» تعريب خليل أحمد خليل ـ دار الفكر اللبناني/ بيروت، ط/1995. ص257.

[4]- المرجع السابق: ص 257

خلال فلسفة ماركس وبخاصة أن حقبة ما بعد الحرب العالمية الثانية كان فيها التقدم في مجال العلم والتكنولوجيا ممهداً للأشكال الجديدة لتحليل السلع الأساسية، و هذا الأمر ينطوي على إشكاليه خاصة في مجال الاتصالات، ولذلك كان تحليل بودريارد متتبعاً المشكلة الأساسية للسلع الأساسيه بوصفها «المشكلة الهيكلية لجميع المجتمعات»[1]، وكان بودريار يتوقع أهمية دور الاتصال في تحليل السلعة، وبالتالي كان ينظر في تحليله نموذج السلع الأساسية من خلال عدسة «شبه اللغويات» حيث توقع أهمية الاتصال في تحليل الظاهرة الاجتماعية التي لم يتمكن ماركس من القيام بها، ولذلك وجد بودريار أن ماركس لم يكن قادراً على فهم شكل أبسط مفهوم للسلع الأساسية، ولذلك رأى أن تحرير التكنولوجيا في الثورة الصناعية لم يكن تحريراً لقوة محضة، لكنه كان تطوراً تحت سيطرة الجماعات السياسية والعسكرية الحاكمة السابقة، كأداه للهيمنة والتمييز.

وما عزز هذه الفكرة أن مجتمعنا الحالي في واقعه عبارة عن مجموعة معاني من الرموز والعلامات، وأن التجربة البشرية هي محاكاة للواقع، حيث المفاهيم الحالية للدخل ورأس المال وما إلى ذلك لم تعد تشير إلى الأشياء الحقيقية وأن الاحداث لم تعد وفقاً لمنطق التمثيل الشفاف أو اقتصاد المعلومات[2] وقد جادل بودريارد في أن الزيادة في العلامات والرموز في أواخر القرن العشرين للمجتمع العالمي قد تسببت في كثير من المفارقات المتناقضة.

وفي الواقع سقطت الثقة في الليبرالية والماركسية،وأصبحنا نعيش في حالة من الجدل نظراً لأن العالم الدولي يعمل على مستوى تبادل العلامات والسلع الأساسية، فقد أصبح أعمى أكثر من أي وقت مضى للأفعال الرمزية مثل الإرهاب، و تفلت القوة من سيطرة الشركات، و تدخل في الأساطير الاجتماعية بوصفها المورد المفتوح للجميع، وبريئاً، ومتميزاً عن العملية السياسية، ولذلك أصبحت التكنولوجيا ليست مجرد أداة للهيمنة على الطبيعة بل هي أداة للإتقان الاجتماعي. وقد ساعد على ذلك ما يعرف بالفكر الجذري ذلك المصطلح الذي نحته بودريار، فماذا يقصد بهذا الفكر ؟

الفكر الجذري

الفكر الجذري عند بودريار ليس فكراً نقدياً أو جدلياً، بقدر ما يكون فكراً تأرجحياً يقوم

[1] -30 المرجع السابق : ص257.
- المرجع السابق : ص،258
[2] - المرجع السابق :ص 258

على التسليم بفكرة العلاقة المتوافرة بين الفكر والواقع بمعنى عدم إحلال الواحد محل الآخر أو النيابة عنه؛ وهذا راجع في نظره إلى عجز الفكر عن امتلاك الواقع الفعلي لصالح الواقع الوهمي أو المتخيل أو بمعنى آخر الافتراضي، وبلغة أخرى «فالفكر الجذري» حسب بودريار هو موت الواقع، إنه الفكر الذي يتبنى ويحتضن المعنى واللامعنى أو الحقيقة والزيف في الوقت نفسه، نظراً لاستحالة تجاوز حالة التوتر الذي صنعه الواقع المفرط، ويثير بودريار تساؤلات متكررة حول ما سمته ما بعد الحداثة بميتافيزيقا الواقع، نظراً لنتائج التطور التكنولوجي والمعلوماتي التي عملت على تغييب الواقع والدعوة لنقيضه من خلال الواقع الافتراضي الذي يتميز بإيقاع زمني سريع يفوق قدرة الإنسان على متابعته ومسايرته؛ لذلك تمكن من الإحلال محل وعينا وقدراتنا الإدراكية وأصبح ينوب عنه في ممارسة مهامه وهو في واقع الحال أصبح يعنى تخلي الإنسان نفسه وبشكل طوعي عن أدوات إدراكه؛ فعلى سبيل المثال لم يعد يثق في حواسه الطبيعية التي منها العين بما تراه وتبصر، لأن شاشات التلفزة وتقنيات المعلوميات أصبحت تمده بما لا تستطيع عينه رؤيته، وقد أنتج ذلك لنا وضعاً على مستوى آخر هو تجاوز المكان لصالح الزمن؛ لذلك اختفت أهمية المكان بفعل سرعة إيقاع السرعة، فلم يعد مفيداً التمييز بين الماضي والحاضر والمستقبل، ولم يعد مفيداً التمييز بين هنا وهناك لأن ذلك أصبح عبارة عن وهم بصري.

ومن هنا تم تدمير الأزمنة الثلاثة السابقة الذكر، لصالح زمنين اثنين هما : الزمن الحقيقي وهو بالذات زمن البث المباشر، والزمن المؤجل وهو بالذات زمن البث اللاحق ويقصد بودريار بذلك أن قيمة الفكر لم تعد تستمد من تطابقها مع الحقيقة بقدر ما أنها أصبحت تستمد من اختلافه الجذري عنها بمعنى أن موقعه ووجود وعينا قد أصبحا خارج الزمن الواقعي أو لنقل إن وجوده أصبح دوماً وجوداً مؤجلاً ؛ وفي هذا يقول بودريار إننا لا نوجد واقعياً إلا فيما سماه «باللاوعي والنوم والموت»[1] فالوعي أصبح هو الإيمان بالوجود الوهمي للعالم الذي اعتبره أساس الوجود لا الإيمان بالواقع، وفي هذا يقول بودريار: «إن الغريزة الأهم بالنسبة للإنسان هي غريزة الصراع ضد الحقيقة وبالتالي ضد الواقع، فالإيمان بالواقع هو بمنزلة الحلقة الأكثر ضعفاً في فهم الواقع أو العالم الذي لا يعدو كونه قد أصبح، حسب تعبير بودريار» المأوى الأخير لحراس العقيدة[2] ويرى بودريار أن العلاقة التي تربط الفكر بالواقع لم تكن ولا يمكن أن تكون علاقة تطابق بقدر ما هي علاقة توتر مستمر وأبدي؛ ومن هنا فأهمية الفكر الجذري ووظيفته تكمنان في إبراز الهوة القائمة

[1]-Baudrillard , The Illusion of the End, trans. Chris Turner, Cambridge: Polity, 1994,p,22 Ibid ,p, 33-
[2]- Ibid , p, 33.

بينهما؛ وهذا ليس بتيئيس بقدر ما هو كذلك بالنسبة للنقد السياسي الذي يتجاهل أهمية الكتابة التي هي المعنى واللغة أو لنقل إنه نقد يتجاهل الخطاب الذي هو عبارة عن تحويل لمواضيع العالم إلى وهم يسمى «بالمعنى» الذي هو في هذه الحالة معنى شقي ؛ ولكن لغة هذه الكتابة تبقى دوماً سعيدة، في نظر بودريار، على الرغم من إحالتها على عالم بلا أمل؛ وهذا بالضبط هو تعريفه مفهوم الفكر الجذري: «معرفة سعيدة وفهم بلا أمل[1] إنه مفهوم يشير إلى وصف المعنى وهمه في الوقت نفسه، وعموماً، فبودريار يحدد موضوع الفكر الجذري في فكرة الوهم؛ وخلفيته في ذلك هي إبراز أن المفهوم يكون غير قابل للفهم، والظاهرة غير قابلة للقراءة؛ أما التقديم المزيف للواقع فيكون أكثر وضوحاً؛ لذلك يقول: «على الفكر أن يكون ممارسة سرية، تماماً كبيع مادة ممنوعة. أما القاعدة المطلقة فهي جعل العالم غير قابل للقراءة، بل وأكثر من ذلك جعله غير مقروء»[2].

خاتمة

من خلال هذه المفاهيم السابقة التي عرضها بودريار نلاحظ أنها مفاهيم تساعد على اختلاط الهوية باللاهوية الافتراضية اللتين أصبحتا نتاجاً لانتفاضة الذات على نفسها ودخولها في حالة من الاغتراب، لذلك يصبح الانسحاب والتبديل وجهين يتجانسين بوفرة في تلك الذات المغتربة، حيث تنسحب الذات من العالم الواقعي لتتبدل جزئياً أو كلياً،اجتماعياً أوعقائدياً أو سياسياً أو ثقافياً أو جميعهم، فتُنشئ هويتها الخاصة في أرض افتراضية جديدة حيث اللا قانون يحكم، وفوضى الحرية التي تعد النظام الأساسي فيه، فتصبح تلك التربة هي الأرض الخصبة لإنبات تلك الهويات المستحدثة للذات بديلاً من هويتها الواقعية. مما ينعكس أثره في العالم الواقعي في شتى اتجاهاته الاجتماعية والدينية والأخلاقية...إلخ، ولعل هذا الانسحاب المتسارع من العالم الواقعي للعالم الافتراضي دليل على عظم الهوّة بينهما، وحجم التباين بين العالمين حيث عالمنا المعاصر يميل إلى أحدهما ويدعمه بدعائم التطور التكنولوجي والسرعة، فالعالم الافتراضي على سبيل المثال هو عالم يعتمد على التكنولوجيا المتطورة والتي بدورها لا تحتاج إلى تعقيدات أو روتين في إبداء الرأي أو إثبات الحجة أو أذونات عدة لتقديم هذا الرأي لأحدهم أو لجماعة ما، بل يمكنك بكبسة زر واحدة أن ترسل رأيك ومضمون فكرك لمئات أو ألوف أو يزيد، معلناً به على الملأ أن العالم الواقعي لن يستطيع مجاراة تلك السرعة أو التطور التكنولوجي اللذين توغلا إلى صميم حياتنا فأصبحا ناقوس خطر يدق باستمرار ليخبرنا أننا نعيش في وجود افتراضي بعيد كل البعد عن العالم

[1]-Ibid , p, 33-
[2]-http://mohammed-boujnal.blogspot.com.eg/201109//blog-post_3742.html-

الحقيقي، ليتكون هذا الواقع المفرط بعد دمج الواقعين الحقيقي والافتراضي، والذي لا نتيجة له إلا موت الواقع الحقيقي، حيث الاصطناع هو الذي يقول الكلمة التي تسمعها الآذان وتعيها العقول، وحيث كلمته هي الكلمة الأخيرة.

المراجع

المصادر الأجنبية

1- Baudrillard, Jean , The Mirror of Production, trans. Mark Poster, St Louis: Telos., 1975 ,p,

2- Baudrillard, for a Critique of the Political Economy of the Sign, trans. Charles Levin, St Louis:Telos, 1981

3 -Baudrillard, Jean.Simulacra and simulation (S. F. Glaser, Trans.). Ann Arbor, MI: University of Michigan. (Original work published 1994

4- Baudrillard , The Illusion of the End, trans. Chris Turner, Cambridge: Polity, 1994 ,

5- Baudrillard , Gulf War will did not take place , Translated and with introduction Paul Patton,Bloomington and Indianapolis, Indian university press , 1995

6- Baudrillard, Jean , Symbolic Exchange and Death, trans. Iain Hamilton Grant, London, Sage. , 1998,

7- Baudrillard , America, trans. ChrisTurner, London & NewYork:Verso. ,1988,

المصادر العربية

1- جان بودريار : الفكر الجذري، أطروحة موت الواقع ترجمة منير الحجوجي وأحمد القصوار دار توبقال للنشر العام 2006.

2 - جان بودريار «المجتمع الاستهلاكي ـ دراسة في أساطير النظام الاستهلاكي وتراكيبه» تعريب

خليل أحمد خليل ـ دار الفكر اللبناني/ بيروت، ط/1995.

المراجع العربية

- ديفيد كارتر :ترجمة باسل المسالمة، دمشق، التكوين للطباعة والنشر والتوزيع، 2010

مواقع الانترنت

1 - أشرف منصور : من الليبرالية إلى مجتمع الاستهلاك موقع الحوار المتمدن http:// www.m.ahewar.org/s.asp?aid=85418&r=0

2 - http://mohammed-boujnal.blogspot.com.eg/201109//blog-post_3742.html

منتدى الاستغراب

مؤتمر باريسي حول الإعلام العالمي

حرّر الندوة: غويلان شِيفرييي

مؤتمر باريسي حول الإعلام العالمي

الميديا بين ثقافة النجاح وخواء المعرفة

حرّر الندوة: غويلان شِيفرِيِيي Guylain CHEVRIER[*]

تشكّل هذه الندوة التي ننشر وقائعها فيما يلي واحدة من أبرز المحطات التي يشهدها السجال حول أثر وسائل الإعلام الحديثة في الحياة الاجتماعية والسياسية في أوروبا. فقد انعقدت هذه الندوة في إطار مؤتمر علمي جرى تنظيمه في العاصمة الفرنسية باريس في 23 تشرين الثاني نوفمبر 2002. ونظّمه مرصد حركات المجتمع (Observatoire des Mouvements de la Société / OMOS) تحت عنوان: التمثيلات الذهنية ووسائل الإعلام.

نشير إلى أن هذا الملتقى العلمي الذي شارك فيه عدد من أبرز الأكاديميين شكل فرصة للحكْم على نتائج الروابط القائمة بين المواطن ووسائل الإعلام في سياق فترة ما بعد 11 أيلول، وإعداد الأذهان لحرب ثانية في الخليج. نُشِرَ هذا الكرّاس في جزأين: الأول في العدد 89 من مجلة كراسات التاريخ (Cahiers d'histoire) بتاريخ 2002، والثاني في العدد 90-91 من المجلة نفسها بتاريخ 2003.

المحرر

شكّلت العلاقات المُعقّدة التي تُقيمها الديمقراطية والسلطات والدعاية في القرن العشرين موضوع ملفّ عدد أيلول 2002 من مجلّة (1) Cahiers d'histoire). ركّزنا في ذلك العدد على الأنماط التي تثير فضول الصحافة، لكن أيضًا البنى المفهومية والعقلية التي تمنح الجهازَ الإعلاميَّ

---

*ـ عضو هيئة التحرير في المؤتمر.

ـ العنوان الأصلي للمقال: Un colloque de l'OMOS sur les medias qui interpelle l'historien: 1ère et 2ème parties

ـ المصدر: Cahiers d'histoire. Revue d'histoire critique: n 89 ،2003/et n 90-91 2002/

ـ ترجمة: عماد أيوب. ـ مراجعة: جمال عمار.

إطارَه، مُحاولين في ذلك اتّباع التطوّرات الكبرى التي تركت أثرًا في هذا الميدان في القرن العشرين. إنّ رهان الرأي العامّ يُتيح الفرصة لِسياسةٍ للاتصال (communication)، بملامحها الدعائية. يطرح هذا الرهان السؤال حول الرابط بينَ الديمقراطية والتعدّدية ودور الإعلام، وبالتحديد التلفزيون الذي هو في قلب المشهد الإعلامي في فرنسا.

إنّ مثال حرب الخليج [الأولى] 1991 كان من هذه الناحية معبرًّا. لكن بمجرَّد أنْ تُفضَح الأكاذيب الإعلامية، بأنّها انعكاس تامّ للأكاذيب السياسية التي تمُجّد مشروعية الحرب، تترسّخ علاقة جديدة خِصاميّة بين المواطن والتلفزيون، وأيضًا مع السياسة والديمقراطية، علاقة تُؤكّدها تحقيقات رأي عديدة حول إزالة تصديق الإعلام المتُلفَز. رأينا، في هذا السياق، بزوغ تقارب في الاهتمامات بين كلٍّ من المؤرّخ، المتُشبّث بالتحقيق الأفضل الممُكن في الوقائع، والمواطن الذي يُواجه إعلامًا جرى التلاعبُ به، وفي قماشة الخلفية الخطر الناجم عن مُصادرة حرية الاختيار (libre-arbitre) ومصادرة فكرةٍ ما عن الحرية في النظام الديمقراطي.

يُضاف إلى ذلك أنّ موضوع هذه المبادرة وتنوّع المشاركين فيها حَمَلَ لنا فائدة كبيرة، ممّا سَمَح بالدفْع أكثر إلى الأمام لحدود هذا التقريب ونواحيه. ليس شائعًا جدًّا أن نجمع حول موضوع عَرَضاني (transversal) باحثين مثل جان-ماري فنسنت (Jean-Marie VINCENT)، الأستاذ في جامعة باريس 8، المتُخصّص في التواصل، واختصاصيّين، مثل مارسيل تريّا (Marcel TRILLAT)، الصحافي والمخرج الذي ركّزت آخر تقاريره على دراسة عالم العمل اليوم وصراعاته (بُثّت التقارير على محطة فرانسا 2)، «300 يوم من الغضب، عام 2002 و«الكادحون» (Les prolos) عام 2003.، أو راوول سانغلاس (Raoul SANGLAS)، المخرج وأحد مُؤسّسي التفزيون الفرنسي، وأيضًا بيار زرقا (Pierre ZARKA)، المدير السابق لِصحيفة «الإنسانية» (l'Humanité)، ومُناضلين مثل كريستيان مارتن (Christian MARTIN)، الناشط السياسي الميداني، وأمين سرّ فدرالية «سارت» (fédération de Sarthe) التابعة للحزب الشيوعي الفرنسي، وعلماء اجتماع، ومُهندسي اتّصالات، ومؤرّخين...

لقد سمَحَت هذه المبادرة بالقيام بدراسة مقتضبة شاملة حقيقية للعلاقة بين وسائل الإعلام والسياسة والمجتمع، وللمشكلات المطروحة من خلال موضوع هذا اليوم، من دون إقصاء أيٍّ من المقاربات المتناقضة، كما دفعت قُدمًا بعض مسارات الأجوبة في شكل بدائل. وقد جرى تلخيص (2) المداخلات، وتمّ عرضها وفق ترتيب إلقائها، احترامًا للعبة ردود الفعل التي سبّبتها.

تمثيلات عقلية وثقافية: رهان وسائل الإعلام، رهان سياسي:

بيار زرقا (Pierre ZARKA)، منشِّطُ «مَرْصد حركات المجتمع» (OMOS)، يقدّم الموضوع مُشيرًا إلى الطريقة التي قَلَبَ بها الإعلامُ المرئيُّ والمسموعُ شروط الانفتاح على العالم الخارجي بالنسبة إلى كل شخص منا، وذلك لِجهة التغيير العميق الذي أحدثَه في وعينا وإدراكنا، والطريقة التي نكتسب بها ذيولا من المعارف. إنّ وسائلَ الإعلام هي جزءٌ من ذواتنا. إنّ «السّرعة» و«المُباشر» دَفَعا بقوّة القدرة الفردية على اكتساب المعلومة. ثمة حالة اختناق تُقاس بحسب الإحساس المُبهَم غالبًا الذي يتركه برنامج تلفزيوني. تنبثق الأحداث كما يخرج العفريت من صندوقه، مُخفيةً علاقات العلّة بالمعلول. وبالتالي، أصبح العابر (fugace) والصدمة معاييرَ للجودة على حساب المُدّة الضرورية للتدرّج الذي يتضمّنها كلُّ استدلال. ومن جهة أخرى، في مناخ لا يُكفُّ فيه عن محاولة البرهنة على إخفاق كلّ إرادة للفكر المتّسق والذي يسْعى إلى شرْح الكلّ، فإنّ هذه التجزئة مُثقَلَة بالنتائج: فهْم عصرنا ليس هو مجموع عمليات الفهم لكلّ مشكل مشكل.

إنّ العزلة المُلازمة لِمُشاهِد التلفزيون تضعه في وضع قريب من السلبيّة (passivité). إنّ هذه السلبيّة تجعله غيرَ حصينٍ (vulnérable) أمام الأثرين المعلَنيْن: أمام السرعة وأمام تأويلٍ يفرض نفسَه على مُشاهد التلفزيون على أنه بداهة. يكون هناك عملية إعلام (information) عندما يكون هناك، علاقة مشاركة مع إمكانية التفاعل، لا عندما يكون هناك بصبصة (تلصُّص / voyeurisme). عندما تتجاوز القدرات التكنولوجية كيفيّات (modalités) المشاركة الفاعلة في صنع الإعلام (information) والثقافة، فإنّ الأداة نفسها التي يمكن أن تكون وسيلة اكتساب (appropriation) للمعلومات، تُصبح وسيلة للتجريد (dépossession) من المعلومات، تُقوّي أكثر صورة العجز في المجالين العام والسياسي. إنّ الإعلام المرئي والمسموع، الذي هو نمط اتصال ما يزال جديدًا تاريخيًّا، يطرح أسئلة تتعلّق بالتصوّر وبالسُّلطة. عندئذ يكون مُثيرًا للدهشة أننا نعيش في حقبة زمنية تمتاز بإقبال كبير على وسائل الإعلام فيما غالبية الرجال والنساء فقيرون بالمعلومات. لسنا بصدد أن نُحمّل وسائلَ الإعلام مسؤولية كل آلامنا، بل أن نُحدّد أنهم يجعلون نمطَ تمثيلٍ معيَّنٍ معيارًا للنظر إلى العالم وإلى الذات. في هذا السياق، إنّ تعزيز صورة الفرد الخاصة، ومصادرة نظرته الخاصّة إلى العالم هما ميادين كبرى للحرية. بذلك، فإنّ التمثيلات العقلية والثقافية هي رهان سياسي.

أيُّ بديل لِهيمنة «ثقافة النجاح» الإعلامية؟

جان-ماري فنسنت (Jean-Marie VINCENT)، الأستاذ في جامعة باريس 8، والمُتخصّص في الاتصال، يظهر إلى الواجهة فكرة أنّ وسائل الإعلام ليست سوى الجزء العائم من جبل الجليد، وأنها تُتوّج نظامًا فعليًّا بالغَ التعقيد لإنتاج صور المجتمع، أيْ لنوع من المُتخيَّل الاجتماعي (imaginaire

social). بتعبيرٍ آخر، إذا أردنا فهْم وسائل الإعلام، لا يمكننا أن نستند في ذلك إلى دراستها وحسب. يتبنّى فنسنت الفكرة التي عبرّ عنها بيار بورديو القائلة بأنّ «الرأي العامّ غير موجود». تُفيد هذه الفكرة أنْ ليس هناك مجموع مُعادل من آراء الأفراد كما تَستخدمه وسائل الإعلام، من خلال إحالتها إلى الأفراد ما يمُكن أن يُنتجوه مُجتمِعين، بشكل تلقائيٍّ.

في الواقع، إنّ ما تُحيله وسائلُ الإعلام، برأي صاحب المداخلة، من خلال هذا المسعى، هو حقيقة أنّ وسائل الإعلام تُشكّل طرفًا مؤثِّرًا (partie prenante) في بنية العلاقات الاجتماعية المتُعلّقة بالمعرفة والجهل في المجتمع. يمَضي فنسنت في تفكيره، فيشرح أن المجتمع الذي يُقدّم نفسَه لنا من خلال وسائل الإعلام، ليس هو المجتمع الذي نعيشه في الواقع. إنّ الفضاء العامّ هو شيء يجب أن يسْمحَ، من الناحية العملية، بالتعبير. لكن في واقع الأمر، إنّ هذا الفضاء العامّ هو ذروة الفضاءات المتُنوّعة لِلّاِاتّصال (non-communication)، وللمؤسسة الاقتصادية التي تتحدّد بخطاب إداريٍّ (managérial) في المدرسة حيث يهيمن الإيعاز بفعل الترسيخ. إذا أردنا جمْع فضاءات اللّاِاتّصال في الفضاء العامّ، سنفهم بصورة أفضل أنّ وسائل الإعلام هي بمعظمها عنفٌ رمزيٌّ.

إنّ وسائل الإعلام تُقدّم لنا المجتمع تحت شعار الشخصيات الصنميّة (personnalités fétichisées) التي تحتلّ قمة المجتمع، والتي هي منتفخة ومُتكبّرة إلى الحدّ الذي، كما تُبيّن مُجازفة جان-ماري مسيي (Jean-Marie MESSIER)، يمكن أن تُنَفّس (أنْ يُزال عنها الانتفاخ) بسهولة فيتمّ تعويضها مباشرة. إنّ مُقدّمي التلفزيون والممُثّلين والفنّانين الذين يمُتدَحون باستمرار، هم جزءٌ من هذه الشخصيات الصنمية. إنّ زاوية الذروة تحلّ محلّ التحليل النقدي الصارم. ثمّة ما يُقدَّم باستمرار على أنّه الكمال، وثمّة ما يتمّ إسكاته وحجبه. إنّ صور العالم التي تُوجَّه إلينا هي صور تُضاعف الحقيقة بتجريدها من واقعيتها. مثلًا، لا تُوجد الهيمنة فيها، لكن هناك الذين ينجحون والذين لا ينجحون. إنّ الأحداث المطروحة تُعرَض بوصفها أمورًا تابعة للأفراد، لا عبر ردّها إلى مواقف وسياقات معروضة عرضًا حقيقيًّا.

إنّ وسائل الإعلام تُقدّم لنا أيضًا التقويم كقانون، الظهور (le paraître) والمتألّق اللّذيْن يُفيدان في التسليع (marchandisation). ينبغي أن نُقوِّم أنفسنا لأنّنا في عالَم سلعة حيث يُفترَض أنّ ما يلمع أكثر هو الذي تُكتَب له الغلبة. حسب هذا المنطق، ينبغي تقويم ذواتنا في نطاق المنُافسة، وهو أمر يستتبع الظهور، ومن أجل الظهور يجب أنْ نُقصِيَ]المنافسين[. بذلك يردّد جان-ماري فنسنت كلام بيار زرقا الذي كان قد شدّدَ على أنه في الكثير من برامج الألعاب التلفزيونية، القاعدة الأساسية هي الإقصاء. إذا كان هناك، من جهة، أولئك الذين يُنظر إليهم نظرة التعظيم، فإن هناك الآخرين الذين قد وقع الحطّ من شأنهم. إن الثقافة التي نعيش فيها هي ثقافة إعلانية)دعائية،

إشهارية) على نطاق واسع، ثقافة النجاح والفوز، هي، في جوهرها، ثقافةٌ سلعةٌ.

ما العمل في مواجهة ذلك؟ يُجيب صاحب المداخلة: من الضروريّ خلْق فضاءات مُسْتقلّة للنقاش والاتصال حيث يُمارس المرء الاشتراكية بطريقة مُختلفة. إذا كان هناك مهمّة سياسية كبيرة، فهو يراها في إنشاء هذه الفضاءات، وفي القدرة على ضمّها إلى بعضها البعض، وفي أنْ نصنع شيئا منها يؤلّف مجموعات، يكون وسيلة لتعرية وسائل الإعلام. إنهم يُنتجون لنا المجتمعَ الذي هو ليس المجتمعَ، وينتجون لنا «إلغاءَ الاشتراكية» (désocialiation)، ونحن نُنتج المجتمعَ ونُنتج إرساءَ الاشتراكية (socialisation).

الحاجة إلى أنْ نحلم: «ستار أكاديمي» (قصّة العلِّيّة / Lofft story) ، أو ثقافة؟

فيليب ستيرلين (Philippe STIERLIN)، المُهندس-الباحث، يُعبرّ عن فكرة أنّ برنامجَيْ «لوفت ستوري» (Loft Story) و»ستار أكاديمي» (Star Academy) هما الانعكاس لِجانبٍ من مجتمعنا. هو يرى فيهما تجلّي حاجة الأفراد إلى أن يحلموا. في الآن عينه، يحتاج المجتمع الًيوم، برأيه، إلى القوى الضروريّة لِتحويل الرغبات والأحلام. يُلاحظ ستيرلين أن الرأسمالية تكشف عن قوتها من خلال قدرتها على استعمال رغبات الأفراد والالتفاف عليها، والإغراء، وهو ما نراه يمارَس بوسائل عديدة من بينها الألعاب التلفزيونية. إنّها قوّة منظومة. يوجّه ستيرلين النقاش حول مسألة متناوِبي العَرْض (الممثّلين المؤقّتين / intermittents du spectacle) مستعيدًا فكرة جاك راليت (Jacques RALITE) الذي يرى في إلغاء وضع مُتناوبي المشهد «مسألة حضارة، كما مسألة حقّ المؤلّف».

إنّ الوضع النوعي لِعمّال العَرْض (le statut spécifique des travailleurs du spectacle) يؤثّر على مسألة أن توجَد، في المستقبل، شركات تُنتج عروضا، وكذلك مخرجون وممثلون يبرزون... بإلغاء وضع «متناوبي العرض» نُعرِّض للخطر جانبًا من الأنشطة الإنسانية وجزءًا من الرغبات: رغبة الإنتاج لدى الشركات، ورغبة الناس في رؤية عروض غير خاضِعة للضّوابط. هنا تُعطي الثقافة عن المستقبل فكرة أخرى غير تلك التي يقدّمها بائعو الوهم.

هل لدينا التلفزيون الذي نستحقّ؟

بالنسبة إلى فنسنت برولوا (Vincent BRULOIS)، الأستاذ-الباحث في جامعة باريس 13، إنّ الفكرة القائلة بأنّ لدينا التلفزيون الذي نستحقّ هي فكرة أخطر بكثير ممّا توحي. بوجهٍ ما، هذا يعني أنّنا إنْ كنّا غير سعداء، فإنّ مرجع ذلك إلى خطئنا نحن! ستكون المشكلة في صياغة الطلب، والطلب مفروض على مُشاهد التلفزيون. إنّ ما يفرض نفسَه وراء هذه الفكرة، هو علاقة بين الطلب (مُشاهدي التلفزيون) والعرض التلفزيوني (الذي تُقدّمه المحطات التلفزيونية)، علاقة

يكون للطلب، فيها، الأولويّةُ. وهكذا فإنّ صياغة العرض لن تقوم إلّا بالاستجابة للحاجات المُعبرَّ عنها، فليس ثمّة منطق تجاريّ غير ذلك الذي يُلبّي مباشرةً أمنياتِ مُشاهدي التلفزيون وحاجاتهم.

إنّ هذه الطريقة في التفكير ليست سوى انحراف عمّا توصّل إليه باحثو المقاربة الوظيفية الأمركية في الخمسينات (3)، الذي يرون أنّ التلفزيون خاضعٌ لرغبات وحاجات فردية. يُعبرّ التلفزيون عن نموذج مجتمع يُريد منه (من التلفزيون) أن يكون الطريقة الفضلى للاستجابة لأقصى عدد من الرغبات. بذلك فإنّه يُعبرّ عن النموذج الذي يطمح إليه كل مجتمع. لكن ما جرى طمسه بظاهر اليد، كما يشرح الأستاذ-الباحث، ضمن هذه الرؤية التفاؤلية لبناء المجتمع، هي كل تاريخ عملية البناء هذه.

إن هذه الطريقة لتقديم العلاقة بين المشاهد والبرامج التلفزيونية ومُعدِّي البرامج تَسْمح في واقع الأمر بتبرير نظام حالي لِهذا السوق للإعلام المرئي والمسموع، وربما حتى بتبرير نظام مُعينّ للمجتمع. هذا يسْمح بتبرير عمل التلفزيون الذي يرى أن البرنامج الجماهيري (audience) هي الشّكل السِّلعي لِمُنتجات التواصل في الرأسمالية المعاصرة (4). لأنه، في ما يتعلّق بالاستجابة لِطلب ترتيب حاجات مُشاهدي التلفزيون، فإنّ المحطّات التلفزيونية مُهتمّة بالبرامج الجماهيرية الّتي تبيعها لأصحاب الإعلانات، وهو أمر يتولّد عنه أنّ البرامج لا تصلح إلا لتجنيد مشاهدين مُحتمَلين ولتركيز انتباههم بين نَفَقَيْن إعلانيَّيْن (5). الفكرة المطروحة هنا هي أنّ التلفزيون هو «مُنتِج برامج جماهيرية تُباع لأصحاب الإعلانات».

كانت إيتيان موجوت (Etienne MOUGEOTTE) (نائبة رئيس قناة فرنسا الأولى TF1) قد أقرّت بأنّها إنْ تقترحْ برامجَ مثل (Star academy) فذلك للاستجابة لطلبات المُعلِنين المتستهدِفين للشباب: «إنّ إشكاليتي بسيطة. يجب أن تبقى TF1 محطّة قائدة تُخاطب كلَّ المشاهدين. لكن بما أنّ لديَّ اهتمامًا رئيسيًّا ذا طابع تجاري، ولأنّنا نعتاش فقط من الإعلان، يجب عليَّ أن آخذ بعينِ الاعتبار طلبات الذين يستثمرون في المحطّة، أي المُعلِنين» (6). تتبدّى هنا الفائدة الكبرى من التوقّف عند الفكرة التي طُرِحت في بداية هذا التحليل: مرفق عامٌّ حقيقيٌّ [TF1]، تُرِك بلا نقد، أصبح يُساعد في تأسيس نوعٍ من القَدَريّة وفكرٍ أُحاديٍّ، يمكنهما أن يحتلاَّ كلّ المجال المتروك فارغا.

الديمقراطية ووسائل الإعلام: جواب محليّ

يُؤكّد مُخرِج البرامج التلفزيونية راؤول سانغلاس (Raoul SANGLAS) على أنّه يجب أن نضع في الحسبان أنّ التلفزيون سوف يكون أداةَ الإعلام الوحيدة للعدد الأكبر. هل أُنشئ التلفزيون ليغيّر، عند الاقتضاء، وعيَ المواطنين؟ من حقّنا أن نطرحَ هذا السؤالَ على أنفسنا. يُشدّد سانغلاس على فكرة أنّ التلفزيون ينبغي أن يكون أداةً مُسخّرةً للمواطن، بما لهذه الوسيلة

من قابليّة لتكون كذلك، لكنّ ذلك يبدو فعلاً غيرَ مُحْتَمَل الحصول أو، على الأقلّ، بعيدًا جدًّا. هو يرى في التلفزيون المحلّي، أيْ التلفزيون القريب]من المواطن[، الذي يناضل من أجله منذ عشرين سنة كما قال، يراه وسيلةً لِدفع الأشياء قُدُمًا. ويشرح أنّه في نطاق عملية تملّك (appropriation)، على الأقلّ على مستوى المُقاطعة إنْ لم يتيسّر ذلك على مستوى القرية، ينبغي أن تزدهر ورشٌ للإخراج التلفزيوني. ويرى أنّ الموانع، التي وضعتها البلديات أمام من يريد الانخراط في مشاريع التلفزيون المحلّي، تنبع من حقيقة أنّ كل سلطة تمقت القوة المضادّة السلطة (contre-pouvoir)، بما في ذلك بعض البلديات الشيوعية، بالرغم من أنّها تعتبر المواطنية وتدخّل الناس في شؤون المدينة من الأولويّات. تكلم سانغلاس عن تجربة تُجرى حاليًّا في اللورين (Lorraine)، شارك فيها هو نفسُه مع مارسال تريّا (Marcel TRILLAT)، تجربة تأسيس قناة محلّية تبثّ في خمس كومونات من خلال الوصل بالكابلات.

انطلاقًا من كونه يعمل في مجال التلفزيون، أو أنه كان كذلك، يعتقد سانغلاس أنّ التلفزيون المحلّي هو الأرض الملموسة الوحيدة لِتملّك المواطنين لهذه الأداة بأنفسهم. إضافة إلى ذلك فإنّ هذه التجربة هي التي يمكنها، ربمّا، أن تبدأ بجعل المواطنين يفكّرون كم يكلّفهم تكييف أوقاتهم مع برامج التلفزيون.

يُطرَح سؤالٌ: كيف يمكننا استخدام وسائل الإعلام السائدة من دون الخضوع لها. هناك تجاربُ تُرشدنا إلى الأجوبة المُمكنة. إنّ المنطق الأدوي (logique instrumentale) لِوسائل الإعلام الإيديولوجية يدْفع إلى استعمال وسائل الإعلام كانعكاس للطريقة التي تعمل بها. إنّ المنطق الأدوي المحض أحدَثَ دمارًا: جورج مارشي (Georges MARCHAIS)، بمعزل عن مسائل التوجيه، عندما استخدم وسائل الإعلام طوال أعوام، قد كان زبونًا ممتازًا. ولمّا لم يعد، بالنسبة إلى وسائل الإعلام السائدة، زبونًا جيّدًا، انبرَت وسائل الإعلام ضدّه وضدّ الصورة التي كان الحزبُ الشيوعي يُريد إخراجها عنه. السؤال الأساس هو كيف نُعطي قَروئية (lisibilité) إعلامية لحركات اجتماعية، ولفاعلين سياسيين، ولمواطنين، يظهرون أيضًا على وسائل الإعلام السائدة؟ وعلى كل حال ليس هناك أي بداهة مع استخدام وسائل الإعلام كما هي.

تلفزيون الإغواء وازدراء الشعب

يتحدّث مارسال تريّا Marcel TRILLAT)) الصحافي ومُخرج البرامج التلفزيونية، عن دكتاتورية ماكرة، دكتاتورية التجّار الذين تتمثّل أسلحتهم بالإغواء والفتنة. قال في نبرة تعجّبية: «وصلنا إلى حدّ أنّنا، أحيانًا، نتحسّر على أيّام الديوان الفرنسي للإذاعة والتلفزيون (ORTF)!». «نجد من جهة

ما كان يُسمَّى البرامج التي كانت تمُثّل، بالرغم من كل عيوبها، ما كنْتُ أدعوه دارًا كبيرة للثقافة.» ذكّرنا تريّا بالبرامج التلفزيونية الهامّة مثل «خمسة أعمدة على القناة الأولى» (Cinq colonnes à la Une) ، «الكاميرا تستكشف الزمن» (La camera explore le temps)، وكبار مُخرجي البرامج التلفزيونية في ذلك الوقت مثل راؤول سانغلاس، جان برا (Jean PRAT)، مارسيل بلُووال (Marcel BLUWAL)، ستيليو لورنزي (Stellio LORENZI)، وجان كريستوف أفيرتي (Jean-Christophe AVERTY)... كان هناك أيضًا الموظفون الكبار في الدولة، الذين كانوا مؤيِّدين لـ «ديغول» في الغالب، لكنهم كانوا يملكون فكرة سامية حول ضرورة أن يُمنَح الشعب فرصة التثقّف. لقد كانوا يتشاركون هذه الفكرة مع عدد من مُخرجي البرامج التلفزيونية، من اليسار في الغالب. يُشير تريّا إلى أنّنا ربما ألفينا هنا تحالفات قديمة تعود إلى حقبة المقاومة الفرنسية. فقد كان هناك قطاع الإعلام التلفزيوني، وصحافيو نشرة الأخبار المتُلفَزة (Journal Télévisé / JT)، الذين كان يُسمّيهم دوغروب (DESGRAUPES) «الصدريّات المُشطّبة» (Gilets rayés) مُشيراً إلى نسطور (Nestor) خادِم تان تان (Tintin). ولا ينسحب ذلك، بلا ريب، على بعض الشخصيات البارزة مثل فريدريك بوتشي (Frédéric POTTECHER) وغيره... لقد كان هناك لجنة رقابة. وكان رؤساء التحرير في المصالح العامّة والتلفزيون والراديو يذهبون لتلقي التعليمات، كل صباح، في أحد مكاتب قسم الربط الإعلامي بين الوزارات (SLII: Service de Liaison Interministériel pour l'information)، الذي كان قد أُنشِئَ بالقرب من مكتب وزير الإعلام آلان بَيْريفيت (Alain PEYREFITE). كان مُمثّلو الوزارات يأتون ليشرحوا بهدوء لمُدراء الإعلام ما ينبغي فعله وقوله في الصحف في ذلك اليوم.

لقد انتقلنا إلى حقبة زمنية أخرى، بالنسبة إلينا اليوم، لم تَعُد الضغوط والرقابة تمُارَس بتلك الطريقة، فالأمور أصبحت أدقَّ بكثير؛ يَتمّ الآن اللّجوء كثيرًا إلى الرقابة الذاتية، وما يؤثّر أكثر هو التواطؤ بين مسؤولي وسائل الإعلام والمسؤولين السياسيين؛ لذلك نجد عددًا من مسؤولي وسائل الإعلام يُغيرّون ستراتهم باستخفاف؛ لقد عرفناهم شيوعيين أو يساريين، وأصبحوا مؤيّدين متعصّبين للرئيس ميتران ثم رأيناهم في صفّ بالادور... لقد وصل بنا الأمر إلى سيادة الإغواء (règne de la séduction). إنّ العلاقة بين مُقدّمي البرامج التلفزيونية والجمهور قد تغيرّت كليًّا. فالمقُدّمون مثلاً أصبحوا، فجأةً، نجومًا؛ ولم يعودوا صحافيين يُخاطبون المواطنين، إنّها علاقة لاعقلانية ولاواعية نشأتْ بين هؤلاء النجوم المزُيَّفين، الذين يجنحون بهيئاتهم الشاحبة إلى محاكاة نجوم السينما، وبين مُشاهدي التلفزيون. في الوقت عينه، قمنا بالتخلّي عن معايير الكيفية لصالح معايير النجاح المُباشر، أي مؤشر عدد المشاهدين (Audimat).

ثم ينتقد التوجيه الذي فَرَضَه مسؤولو القنوات والبرامج التي تذهب بالأساس في اتّجاه ما يطلبه الجمهور، مما أدّى إلى ظهور «ستار أكاديمي» (Star Academy) و«لوفت ستوري» (Loft Story)... يتعلّق الموضوع بإغراء (racoler) مُشاهدي التلفزيون الذين أصبحوا زبائن ولم يعودوا مواطنين، بإغرائهم وسَوْقهم (drainer)، كقطيع الإوزّ، إلى الفاصل الإعلاني القادم.

لقد مثّلت الخصخصة (privatisation) برأيه كارثة حقيقية، لقد كانت هدية القناة الفرنسية الرائدة]يقصد بالهدية خصخصة القناة[من دون تعويض على صعيد تقوية الإمكانيات في القنوات العامّة الأخرى. في الوقت الذي يدخل فيه القطاعُ الخاصّ السّوق]سوق التلفزيون[، في بريطانيا مثلاً، يُعمَل على تقوية الخدمة العامّة؛ إنّ تمويل هيئة الإذاعة البريطانية (BBC) أكبر من تمويل التلفزيون العامّ في فرنسا، بمرّتين أو ثلاث مرّات. حتى لو أنّ التلفزيون العامّ جنّبنا الانحرافات من نوع البرامج التلفزيونية الهابطة (النفايات التلفزيونية / télé-poubelle)، فإنّ المشكلة تكمن في أنّ التلفزيون يعمل وفق نمط الشركة، مع وجود مدراءُ يُشرفون على القنوات يشبهون مُدراء القطاع الخاصّ، وهم غالبًا من خرّيجي المدرسة الوطنية للإدارة (ENA). غالبًا ما يشير السجل المهني لهؤلاء إلى انتقالهم من القطاع العامّ إلى القطاع الخاصّ وبالعكس، من خلال الحذاء والملبس أو شيء آخر... يستعملون الضرورة ذاتها لاستمالة الجمهور وفق متطلّبات مؤشر عدد المشاهدين (audimat). يُحدّثوننا عن السياسة الإدارية، أكثر من حديثهم عن النوعية. لا يعيرون اهتمامًا لِمن يسمّونهم «منتجاتهم». [...] لأنهم، بلا ريب، يزدرون الجمهور، أي الشعب.

يسرد قضية دافيد بوجادا (David PUJADAS) الذي قال، بعد إخباره بما حَدَثَ في 11 أيلول [2001] من قبل أحد مُعاونيه، قال مُتعجّبًا: «هذا مُذهل! سوف نُعِدّ نشرة أخبار جهنّميّة! هذا مُدْهش!...» وبعد ساعات نبّهه أحد الصحافيين قائلاً: «أرأيْتَ نفسكَ كيف تفاعلتَ منذ قليل؟» وجد صعوبة كبيرة في تبرير موقفه: «حسنًا، نعم.. نحن، الصحافيين، نُشبه قليلاً الأطبّاء، أنت تعلم أننا اعتدنا المأساة، إلخ.». لقد اعتادوا، كما يشرح مارسال تريّا، على التخبّط في الدّم، مُجازفين بأنّهم لم يعودوا يمارسون الصحافة، بل صناعة الفرجة، وبأنهم قد نسوا الأخلاق.

محطّات تلفزيونية، رقمية، محلّية: تلفزيون جديد؟

فرانسيس جاندرون (Francis JANDRON)، مسؤول أنشطة التطوير في مجال الوسائط المتُعدّدة (multimédias)، يُركّز كلامَه على مشكلة تقوية العلاقة بين «المتُلقّي» و«المرُسِل»، والفرصة التي يُقدّمها برأيه سوق المحطّات التلفزيونية الخاصّة، في ما يتّصل بالتجارب والإمكانات الجديدة. إنّ الاتّصال المذكور بين المصطلحين قد أُعِدَّ مُسْبَقًا، لكن عندما يتم إعداد الصور،

فإنها تكون جاهزة وتُبثّ من دون أن يكون هناك مجال لتفاعل قويّ: إنّ بناء المُتخيَّل الذي ذُكِر في النقاش لا يمكن أن يحدث في الزمن الحقيقيّ (مُتزامنًا)، ولا يمكن أن يحدث في التفاعل مع من تمّ تصويره، أيْ مع من له الإمكانية، بوصفه كائنًا اجتماعيًّا، أن يتفاعل مع شاشة التلفزيون. هو يرى في قرار خصخصة محطة القناة الأولى للتلفزيون الفرنسي (TF1) إمكانية نشأة تلفزيون جديد، تلفزيون سيتوقّف عن كونه تلفزيونَ الدولة الذي لم يَعُد يؤثّر، بالمعنى الفعّال للمصطلح، في نطاق علاقته بالفرد. إنّ خصخصة محطة (TF1) كان برأيه محتومًا لأنها كانت قد أصبحت عاجزة على مواصلة العمل، كمحطة تابعة للدولة، في المنافسة العالمية في ميدان التّمثيل (représentation). كما صرّح بأنّه يرى أنّه من الضروريّ الوصول إلى تسوية داخل البنية الفوقية بين التجّار والدولة والبيئات المهنية للإعلام المرئي والمسموع.

ثمّة إمكانات جديدة سوف يقدِّمها النظام الرقميُّ (le numérique). يُطلق المجلس الأعلى للإعلام المرئي والمسموع (CSA: Conseil Supérieur de l'Audiovisuel) هذه السنة دعوة للترشح لتأسيس محطّات تلفزيونية رقمية أرضية. وفق المبدأ، يوجد 331 محطة رقمية أرضية من المُحتمل أن يتمّ إطلاقها ابتداءً من سنة 2004. في دعوته تلك، يُخاطب المجلسُ الذين وافقوا على الاضطلاع بمسؤوليات داخل المجال السياسي المحلّي، وذلك لمُساءلتهم حول التزاماتهم المستقبلية في هذه المسار، من خلال سؤالهم عمّا إذا كانوا سينخرطون في عالم يُهيمِن عليه التجّار، بما يعنيه ذلك من تحمُّلٍ لمسؤولية المشاركة، بوجهٍ ما، في بناء المُتخيَّل؟ عندما يُكون البناءُ مهيمَناً عليه من قبل الاقتصاد، فإنّ الأشياء تبلغ بوجهٍ ما حدودها. لكن جاندرون يرى، في هذا القطاع حيث يُزدَرى «الجانب» (niche) الاقتصادي مِن قِبل كبار الفاعلين، وكبار الرأسماليين، يرى إمكانيّةً لِبلورة عناصر لتجديد نظرية التواصل، أيْ لتجديد علاقة المُشاهد مع تمثيله (sa representation). بذلك، في ما يمكن أن يتحرّك في النزعة المحليّة (localisme) على هذا الصعيد، ألا توجد ورشة جديدة واردة اليوم؟

كتابة التاريخ والقدرة الكلّية لِوسائل الإعلام

أمّا أنا، غيلاَنْ شوفرييي (Guylain CHEVRIER)، فإنّ أُقدّم لمُداخلتي بهذا التنبيه، بأنّ «دفاتر التاريخ. مجلة التاريخ النقدي» (Cahiers d'Histoire. Revue d'histoire critique) كانت قد خصّصت عدة ملفّات للعلاقة بين «السلطات والإعلام ووسائل الإعلام»، بخاصّة عدد أيلول 2000 الذي جاء تحت عنوان «الديمقراطية والسلطات والدعاية في فرنسا في القرن العشرين» (3)

ألفِت الانتباه إلى ضرورة التقريب بين اختصاصات البحث وقطاعاته، بهدف الإشارة إلى ضرورة

أن يُوضَع في الحسبان حدوث تجديد في بعض المفاهيم التي يُفكَّر انطلاقًا منها في الرهانات المتُعلّقة بـ «الاتصال»، تقريب يتجاوز حقل وسائل الإعلام. ومن المدهش أن نرى الخلْط الذي يسود في بعض الأحيان في استعمال مفهوم «الفرد» أو «الحرّية»، وكأنما نتكلّم كلُّنا عن الشيء نفسه عند ذكرهما. إذا كان مجتمعنا يتميّز بتطوّر ما، فإنّ يتميّز، بخاصّة، بالتطوّر الذي يتعلّق بموقع الفرد، وبوضعه وبحالة حريته. منذ عشرين عامًا، كنّا نُفكّر على الجملة بأنّ كل فتح لحريات جديدة كان يحصل من خلال أعمال جماعية. وما أصبح مهيمنًا، اليوم في مجتمعنا، هو الفكرة القائلة بأنّ كلّ فتح لحريات جديدة إنمّا يحصل من خلال النجاح الشخصي، الأمر الذي يمَيل إلى مُطابقة مفهوم نموّ الشخص، باستبعاد بُعْدٍ كامل من الحياة الاجتماعية.

إنّ هذا الانزلاق يُشكّل مُنعطَفًا في تاريخ الأفكار في فرنسا. فبتحريف مفهوم «الفرد» بهذه الطريقة لَغَمنا العمل الجماعي. إنّ هذا التغيرّ رافَقَ تراجعًا للقوى السياسية المنُظّمة التي تُدافع عن فكرة الفتوحات الجماعية لحريات جديدة، والتي هي قوى مضادّة للسلطة (contre-pouvoirs)، بالرغم من أنها ذات أهمية أساسية للديمقراطية. يبدو أنّ هذه القوى لم تُركّز كل اهتمامها على هذا التطوّر الذي أثّر في مجتمعنا تأثيرًا عميقًا، والذي يُواصل التأثير على تطوّر السلوكيات السياسية وعلى التواصل الاجتماعي. إنّ هذا التطوّر على صلة مباشرة بالطريقة التي تُخاطب بها وسائل الإعلام الناس، ويتحدّد بها شكل الرسالة الإعلامية ومضمونها.

يبدو أنّ الرأسمالية قد ربحت، على الأقلّ مؤقتًا، معركة هامّة هنا. إنّ وسائل الإعلام تعكس ذلك كفايةً من خلال المعالجة التلفزيونية للمواضيع الكبرى في المجتمع حيث يحتل بُعد الفرد وطُرُق تلبية رغباته المقام الأول. إنّ منطق التفريد (individualisation) هذا لا يزال يُدرَك بالحواسّ عبر الجيل الجديد من برامج التسلية التلفزيونية مثل «نايس بيبل» (الشعب اللطيف / Nice People) و»بوب ستارز» (نجوم البوب / Popstars... يكفي النظر بنظارات مناسبة إلى الطريقة التي تتراجع بها المراجع الجماعية (références collectives) لاكتشاف الأضرار المتُولّدة مثلاً من تلك الطريقة التي أدّت إلى إرجاع مفهوم «العلاقات الاجتماعية» (lien social) إلى ما وراء مفهوم «التضامن» (solidarité)، والتي لا تربطها سوى صلة ضعيفة بالصراع الاقتصادي والسياسي ضدّ حالات اللاّمُساواة (inégalités)، بل على العكس من ذلك، هي تَسعى إلى تقوية حالات اللاّتوازن (déséquilibres) عبر تبريرها. لقد أصبح التضامن بمثابة الضمير المرتاح للقانون (bonne conscience) الضاري للسوق. بين شكل التضامن الكامن في المساواة في الضمان الاجتماعي (Sécurité sociale)، والشكل المتُضمَّن في الدخل الأدنى للإدماج (RMI: Revenu Minimum d'Insertion) الذي يُقوّي حالات اللاّتوازن، ثمّة عالَمٌ، هوّةٌ من القيم. إنّ وسائل الإعلام، بهذا

المعنى، ليست مسؤولة عن تعطيل القوى التقدّمية وقدرتها على المشاركة في المستوى المُراد لِصراع الأفكار الذي يتحكّم في كيفية الأعمال ومعناها.

وراء مفهومَي «الفرد» و»الحرية»، ثمّةَ سيروراتٌ سياسيّة واجتماعيّة وتاريخيّة، هناك تصوّرات مُختلفة للمجتمع تتواجه، ويمكن أن تكون على النقيض من بعضها البعض. للأسف، لا نجد أنّ هذه المناقشة تظهر في الفضاء العام، على الرغم من أنه لا مناصَ منها. إنّ بعض المراجع (références) من قبيل «الأمة» أو «الجمهورية»، أو حتى «الشعب»، قد أُهملت في حين أنها تمُثّل الأطُر الكبرى التي تُحدّد مفهوم الجماعة، والتي تستحضر وجهة نظر المصالح المشتركة للأغلبية، التي تقف، تحديدًا، إلى جانب ما يوضَع جماعيًّا ويتعارض مع الفردانية.

إذا ما أمكن لوسائل الإعلام الكبيرة أنْ تمُنَح سلطةً ما، فإنّ ذلك سيكون بفعل تأثير الجمهور وكذلك تأثير نشْر أفكارها]وسائل الإعلام[. لكن سيكون من الخطأ تحميلُها مسؤولية سياسية أكثر مما هي إعلامية. لقد كان مثالُ حرب الخليج ذا دلالة كبيرة في ما يتعلّق بسلطة وسائل الإعلام، بالأخصّ التلفزيونية، والطريقة التي هي قادرة من خلالها على إحياء المعلومة بحسب مخطَّط مجرَّب وفعّال في خدمة مصالح سياسية يُمكن ملاحظتها. شكّلت هذه الحرب فرصة لنرى بوضوح دخول مُخطّط دعاية حقيقي حيّز التنفيذ، وهو استراتيجية مُعَدّة سلفًا بمشاركة بعض شركات الاتّصالات التي ابتكرت الشعارات الكبيرة للمُعجم النَّظوف للحرب (vocabulaire propret de la guerre) .

شكّلَ التحالفُ بين الحرب والتلفزيون عنصرًا حاسمًا لفرْض اختيار الأسلحة وإقناع الرأي العامّ بثمنها (4). من جهة وسائل الإعلام التلفزيونية التي تغلّبت، على نطاق واسع، على الصحافة المكتوبة، كان يوجد تورُّط كبير في هذه النزعة إلى إنتاج أطر عقلية لتلقّي الأحداث، مهيّأة سلفًا لتقبّل قراءة معيّنة للتاريخ الذي يُصنَع، وللذاكرة التي يمكن أن تَنتج عنه. وهكذا فإنّ وسائل الإعلام تصنع التمثيلات (representations) مُباشرة، لأنّ هذه التمثيلات هي التي تقف وراء أفعالنا، وتتحكّم فيها: نتصرّف كما نُفكّر. لنا أنْ نتخيّل، إذًا، الأهمّية التي يمكن أن تُعطى للقدرة على ممارسة تأثير على ما نفكّر فيه من قِبل أولئك الذين يعملون على تطويع موافقة المواطنين لأهداف سياسية لا يستفيدون منها بالضرورة.

لقد كانت حربُ الخليج محطة زمنية لا تُنْسى من وجهة النظر تلك، بل حتّى أنّها تمُثّل مُنعطَفًا في تاريخ وسائل الإعلام، عبر زواج استراتيجيّ بين الحرب والتلفزيون. لقد كان هذا المُنعطف من جنس مُنعطف آخر أعمّ مثّلته هذه الحرب لتاريخ العالم المعُاصر.

قام بروزُ مفهومِ «الاتصال» (communication) بدور مركزيّ في تطوّر وضع الإعلام

(information)، وصولاً إلى هذا الاستعمال للمفهوم خلال حرب الخليج. لم يخرج مفهوم «الاتصال» من أيّ جهة، هو قد تأكّد لصالح طلاق بين الديمقراطية والدعاية، طلاق له تاريخ. حتى لحظة اندلاع الحرب العالمية الثانية، كانت هناك عدّة مُحاولات لإنشاء وزارة للدعاية في فرنسا، كأداة رسمية للدفاع عن الدولة الجمهورية، وأخفقت كلّها. إنّ استعمال الدعاية من قبل نظام فيشي أثبَتَ، بعد هذه الإخفاقات، صورة سلبيّة جدًّا لهذا المفهوم، أُستُخدِمت، بعد الحرب العالمية الثانية، في تبرير طلاق مُلائم بين الديمقراطية والدعاية، مع استمرار استعمال الدعاية بشكل مُبَطّن. وهكذا جرى الربْط بين الدعاية والنظام الشمولي، وعلى رأسه الشيوعية، بينما جرى قرْن حرية التفكير بالديمقراطية، والديمقراطية بالرأسمالية. إن مفهوم «الاتصال» خَلَفَ مفهوم «الدعاية»، وبذلك تمّ بناء أسطورة إعلام من دون رأي قبْليّ، مع تفادي النقاش الضروري حول الإعلام وإرجاع مفهوم «الصراع الأيديولوجي» إلى الكلمات المهجورة الأقلّ قيمة.

لقد جرى إظهار الاتصال بوصفه الصنيعَ المحض للتقدّم التقني، عربةً مُحايدة للإعلام ليس لها جهة اصطفاف، ونوعًا ما، أنبوبًا يستخدمه الصحافيُّ لبثّ معلومة، والذي يكون هو الضمانة لحياده، بعد أن ظهرت التقنية مُستقلّة عن الخيارات السياسية. يتلقّى الصحافي معلومة من أنبوب وينقلها إلى أنبوب آخر، ما لا يعود ذلك يستتبع أي مفهوم للمسؤولية الصحافية إزاء المعلومة التي يُذيعها، إذْ لا مسؤولية غير ما يتعلّق بالتحقّق من صفة مصدر المعلومة. أخيرًا، بما أنّ معالجة المعلومة هي انعكاسٌ لإطارٍ أوسعَ هو إطار نظام يتحكّم على نطاق واسع في المراجِع الجماعية الكبرى، فالمعلومات المُرتّبةً بواسطة واقع الحال هذا والمُذاعة على المواطنين من طريق الاتصال تُتلقّى كحقائق مُسلَّمٌ بها أو كحقائق فطرية. يمكن عندئذ للصحافي أن يلوذ بالضمير المرتاح (bonne conscience) للتلفزيون الذي يتطابق مع كونه انعكاسًا لتلك المراجع الكبرى السائدة، كي يُراقب نفسه أو يُطبّق الرقابة. مع حرب الخليج، بلغنا تحت هذه المنظومة الاستدلالية الخاصة بـ«الاتصال» (argumentaire de la communication) قممًا في التلاعب والكذب. نُذكّر بأنّ مارسال تريّا قد كان واحدًا من الصحافيين النادرين الذين اجترأوا على فضْح هذا الأمر، لما كان على أرض الأحداث مراسلا لِقناة فرنسا الثانية (France 2).

يبدو لي أنّه أمر عاجل أنْ نُواجه مفهومَ «الاتصال»، سواء في الفضاء العامّ أو في المؤسّسة، بالتحقّق الضروري من الآراء القبلية التي يخفيها، وذلك لكي نؤسس نقاشا فكريًّا ونبعث الحياة في ديمقراطيتنا. إنّ رفْع الغموض الذي يُغّذيه هذا المفهوم، لا يعني أن يُترك لوسائل الإعلام القدرة الكلية للأفكار عبر مهمة أسطورية للإعلام. من الواجب الاعتراف بأنّ معظم الأحزاب السياسية والنقابات قد قَبِل مفهوم «الاتصال»، الذي ينقل من الإعلان والتسويق إلى السياسة، من دون الاحتراس من خلال تحليل

مُعمّق. ينبغي في هذا الشأن عدم قبول أي شيء كيفما كان، ينبغي أن نعرف كيف نُحلّل من أين يأتي أيّ مفهوم وإلى أين يقود، خشية أن نقبل، دون وعي منّا، أفكارًا ومفاهيمَ قد جرى ابتكارها للدفاع عن نظام يُفترَض أنّنا نحاربه، مع كلّ النتائج التي يمكن أن تنجم عن ذلك.

أخيرًا، إنّ انبثاق معلومة من نوع جديد ترتفع إلى منزلة تاريخ مَعيش في الزمن الحقيقي]البث المباشر[، بتعزيز من الوسائل التكنولوجية الحالية لـ«الاتصال»، لا يمكنه ترْك المؤرّخ غير مُكترِث، نظرًا للتأثير المُباشر لهذا الأمر على شروط بناء الذاكرة الجماعية. ثمّة ثقافة وهْم بأكملها تستهدف المواطن؛ إنّه وهْمٌ مُضلِّلٌ يصوِّر لنا أنّنا نعيش التاريخ في لحظة حدوثه، وهم يُبرِّر هذا التاريخَ للمواطن بقدر ما أنّ هذا التاريخَ يُفلتُ منه، لكن، وفي الوقت نفسه، يُصوَّر هذا التاريخُ على أنّه في المتناول بلا فاصلٍ زمنيٍّ بشكل ديموقراطيّ ويوصَفُ، زورًا، بأنّه عامٌّ.

إذاعةُ أخبار فرنسا (فرانس إنفو / France Info) هي مثالٌ جيّدٌ على ذلك. إنّ هذه المحطة تُقدِّم نفسها، طوال اليوم، على أنّها تضع في متناولنا معلومات عن العالم مُباشرةً وبشكل متواصل. ومرّةً أخرى، إنّ ما يمنح رؤية ثاقبة عن حدث ما ليس هو الرؤية البانوراميّة، بشكل خاطئ، أو المُباشرة للمعلومة الإعلامية، بل هو المفهوم الذي يُفيد في النظر إلى الحدث، وتحديده، وتحليله، وتمثّله، مقرونا بالتحقّق من صفة مصدر المعلومة. لا يوجد ديمقراطية من دون قوى مُضادّة للسلطة (contre-pouvoirs)، ولا وسائل إعلام ديمقراطية من دون أن تَفرض هذه القوى المُضادّة للسلطة موقعها على بعض الأفكار للتصدّي للخطر المُحدِق بحرياتنا في جميع المجالات، نتيجة هيمنة طريقة واحدة للتفكير.

الرأسمالية والاقتصاد الرمزي للتلفزيون

المهندس بيار موسّو (Pierre MUSSO))، المُهتمّ منذ أمد بعيد برِهانات الاتصال، يسأل الحاضرين: إذا كانت وسائل الإعلام تبني تمثيلات (représentations) اجتماعية، فما هي تمثيلاتنا حول وسائل الإعلام؟ هو يُريد، منذ البداية، التشديد على العلاقة القائمة بين التمثيلات الاجتماعية، والمتخيَّل الجماعي، وممارسات وسائل الإعلام واستخداماتها. هو يقترح عدم تناول «وسائل إعلام» بشكل عامّ، وإنما وفق خصوصياتها. يُميِّز بين ثلاثة أنواع من وسائل الإعلام: الصحافة المكتوبة، الإعلام المرئي والمسموع، أي الراديو والتلفزيون وألعاب الفيديو وحتى السينما، وأخيرًا وسائل الاتصال عن بعد (télécommunications)، أيْ المعلوماتية والانترنت.

استرعى موسّو الانتباه إلى مسألة أنّ النقاش متمحور أساسًا حول التلفزيون، وهو أمر مُمكن فهمه لأنّ الإعلام الجماهيري هو الذي يبني «العلاقات الاجتماعيّة». إنّ التلفزيون هو في قلب

الممارسات والتمثيلات الاجتماعية؛ إنّه مفتاح عقد القبّة (clef de voûte) للمُتخيَّل وللأساطير وللذاكرة الجماعية المُعاصرة، أيْ لما يُسمّيه بعض علماء الاجتماع المتُخصّصين في وسائل الإعلام (إليهو كاتز / Elihu KATZY ودانيال دايان / Daniel DAYAN) «الحفلات التلفزيونية» المعاصِرة أو «العروض التلفزيونية» اليومية. يُساهم التلفزيون في إنتاج كل أنواع الأجهزة الرمزية، بما في ذلك السياسية. كما بينّ النقاش، لا نستطيع الحديث عن التلفزيون بدون شغف: التلفزيون هو، دائمًا، «رائع» أو «مُرعِب». إنّه يخضع، من الوهلة الأولى، لحكْم معياري، ظنّي. ذلك أنّ وسائلَ الإعلام، وبصورة أعمّ التقنية، تستحوذ على الرمز بأكمله في مجتمعاتنا.

الإله الجديد هو التلفزيون أو الإنترنت، أو التكنولوجيا الجديدة. ينبغي هنا أن نُوسّع التّسْآل عن موقع التقنية في الأجهزة الرمزية، لا فقط في التمثيلات والخطابات. رغم خطابات الإنكار والرفْض والحكْم «المُثقّف»، فإنّ التلفزيون، قبل كل شيء، أداة لإدخال السرور وإيقاظ العقول وللتربية الشعبية. لذلك يجب مُساءلة الإدراك العادي للتلفزيون بنبرة معيارية، بما في ذلك عند بيار بورديو (5). يجب أيضًا الفحص عن الفارق بين الخطابات والتمثيلات التلفزيونية من جهة، والممارسات والاستعمالات، لأنّ كل الناس جاهزون لإدانة التلفزيون باسم الأخلاق والثقافة و»الموضوعية»، إلخ. لكن في الوقت عينه، كل الناس يشاهدون التلفزيون، الوسيلة الجماهيرية، وما فتئ يزداد الإقبال على مشاهدة التلفزيون: هناك التلفزيون «الجيّد» والتلفزيون «السيّئ»؛ يمكن للاثنين أن يتعايشا.

يجب الانطلاق من الممارسات لا من الخطابات حول التلفزيون: بما في ذلك ممارسة قادة الأحزاب السياسية، ومنها هذا الحزب (يقصد هنا الحزب الشيوعي الفرنسي)، القادة الذين يدينون باستمرار التلفزيون لأنه مُرْتبط بالسلطة – السلطة السياسية والاقتصادية- وفي الوقت ذاته السباق الحقيقي نحو الشاشات والأماكن البرّاقة الذي يُحرّكهم ليكونوا مرئيّين/مقروئين/مسموعين. لقد أصبح أمرًا مُلحًّا التفكيرُ على نحو مُختلف بـ»التلفزيون» ووسائل الإعلام بصورة عامّة. لا بدّ من حدوث قطيعة نظرية ونقدية، قطيعة «ابستمولوجية» بالمعنى الباشلاري، قطيعة يجب أنْ تأخذ في الاعتبار التأخّر النظري المُرتبط بالجهْل بالأبحاث المتُعلّقة بالاتصال، التي تحققت منذ خمسين عامًا. يُقدّم بيار موسّو في هذا المنظور عدّة ملاحظات للتأمّل.

الملاحظة الأولى، لا يمكن من وجهة نظر موسّو عزْل مسألة التلفزيون عن الأنماط الأخرى لإِنتاج التمثيلات الاجتماعية اليوم. ففي مجتمع تُسيطر فيه التقنيةُ على المجال الاجتماعي والاقتصادي بالكامل (وبخاصّة تقنيات الاتصال والإعلام) تفرض عقيدةٌ تُقدّس التقنية (dogme technolâtre) نفسَها، وهي التي يُسمّيها جورج بالانديي (Georges BALANDIER) «المسيحية

التقنية» أو «المتُخيَّل التقني» (techno-imaginaire). من المعلوم أنّ من الأجهزة التقنية الأساسية هو التلفزيون، لأنّه الممارسة الاجتماعية الأولى، وكذلك الانترنت مع كل الصور والخطابات المقرونة بها.

إنّ وسائل الإعلام هي، قبل كلّ شيء، «أجهزة تقنية وصناعية» تحمل المتُخيَّل وتُبلوره وتصنعه: وهكذا، فإنّ خصوصية التلفزيون تكمن في صناعة عمليات الإخراج للرسائل أو للعلاقات الاجتماعية. إذا لم ننطلق من هذه الفرضية فإننا نعود مباشرةً إلى المُناقشات حول «آثار» التلفزيون و«تأثيره» (مَنْ يُراقب، مَنْ يُدير، ما هي «المؤامرة» الإعلامية، إلخ...) ونغوص بسرعة في «الدرجة صفر» من الفكر المتعلّق بالتلفزيون، الفكر الذي يُختصر في أطروحة التأثير المباشر والآلي للتلفزيون على المجتمع والأفراد (مثلاً التلفزيون يُسبّب العنف). لنبدأ على الأقلّ بأنْ نعكِسَ المسألة المسمّاة بـ«مسألة آثار» التلفزيون ولنهتمّ أيضًا بالمتُلقّين، وبـ«ماذا يفعلون بالتلفزيون».

الملاحظة الثانية ذات طابع اقتصادي: فهي تتعلّق بالتلفزيون الذي يُعدّ صناعة، فالتلفزيون هو «صناعة المتُخيَّل» (industrie de l'imaginaire). التلفزيون هو، من وجهة النظر هذه، قزم اقتصادي، هو اقتصاد ضعيف، كما هو الشأن بالنسبة لكلِّ إعلام مرئيٍّ ومسموع (audiovisual): في فرنسا، تمُثّل إيرادات المحطّات التلفزيونية (إذا جمعنا أرقام المبيعات) ما يقارِب 50 مليار فرنك فرنسي، أي أقلّ من 0.5 % من إجمالي الناتج الداخلي. يمكن أن يُقال عن التلفَزيون أنه قزم اقتصادي وعملاق رمزي وثقافي. إنّ المجموعات الكبيرة آخذة بالتنوّع في وسائل الإعلام مثل «بوويغ» (Bouygues) التي تنتمي إلى قطاع البناء والأشغال العامّة (BTP)، الشركة العامّة والشركة الليونية للمياه اللتين أصبحتا على التوالي «فيفندي» (Vivendi) و«السويس» (Suez)، أو لاغاردير (Lagardère) التي تُدير دار «هاشات» (Hachette)، النشر والتوزيع في المكتبات.

إنّ هذه المجموعات الكبيرة انتقلت من الرأسمالية الفوردية التي تُركّز على الإنتاج الصناعي والمعُتمدة على الدولة، إلى رأسمالية «ما بعد فوردية» تُركّز على الخدمات وعلى المنطق المالي. علاوة على البحث في معدّلات الربح الأكثر ارتفاعًا، تهتمّ هذه المجموعات ببناء المتُخيَّل الاجتماعي والفردي: ليس علينا سوى إدراك كيف تعمل مجموعات مثل زارا (Zara) و«بينيتون» (Benetton) و«برلسكوني» (Berlusconi) منذ السبعينات. يهدف منطقهم إلى بناء طلب المستهلك، وبالتالي العمل على مُتخيَّله وتمثيلاته. نحن لم نَعُدْ بعْدُ في نطاق الرأسمالية الفوردية حيث إرشاد الصناعة يتمّ «قبل عملية الإنتاج» (par l'amont de la production) ، فالمنطق ما بعد الفوردي لإنتاج الخدمات يعمل بعد عملية الإنتاج (par l'aval de la production)، أي بالتأثير على المستهلك، من خلال الإسهام في البناء الجماعي (co-construction) لرغباته ولآماله وبالتالي البناء الجماعي

«لطلبه». هذا ما تفعله «زارا» و«بينيتون» مثلاً في مسألة الثياب: فهم يرون من خلال أنظمة إعلام مُعقّدة المُشتريات والأذواق والسلوكيات لدى المستهلكين في متاجرهم ثمّ يبعثون هذه المعلومات إلى مكاتب التصميم وأنظمة التصنيع. إنّ صاحب مصنع حواسيب (DELL)، يُصمّم لك حاسوبك وفقًا لرغباتك ويبدأ بعدها بالتصنيع (وبالتالي: المخزون صفر). إنّ هذه السيرورة ليست من مختصّات الاتصال، إنما تُشكّل ميزة للمرحلة الحالية لتطوّر الرأسمالية. لكي نفهم موقع التلفزيون في المجتمع، يجب أنْ نتموضع في هذه المرحلة بالذات من تطوّر الرأسمالية. انطلاقًا من اللحظة التي يتم فيها توجيه التصنيع بالطريقة البَعديّة (par l'aval)، أي انطلاقًا من رغبة المستهلك، يصبح من المناسب البناء والبناء الجماعي لمُتخيَّلٍ لهذا المُستخدم، من أجل تنظيم رغبته. لهذا السبب تحتاج الرأسمالية المعاصرة إلى صناعات المُتخيَّل وأن تعمل على التمثيلات الاجتماعية وعلى المُتخيَّل. إنّ الرأسمالية بحاجة إلى مَسرحتها (théàtralisation) الخاصة، وإلى عرضها (mise en spectacle)، كما سبق أنْ حلّل بعمقٍ غي ديبور (Guy Debord).

إذا كانت مؤسّسات الاتّصال قد أصبحت مركزية، فإنّ ذلك، بكل بساطة، لم يتحقق بفضل قوتها الاقتصادية، بل لأنّها تقع في قلب التطوّر الحالي للرأسمالية. إنّ مؤسّسات الاتصال، مثل فيفندي يونيفرسال (Vivendi Universal)، وشركات هوليوود، إلخ.، إنّ هذه المجموعات الصناعية الخاصّة بالإعلام المرئي والمسموع أو بالوسائط المتُعدّدة قد استولت على القدرة على المشاركة في إعداد صور ومُتخيَّلات جماعية، أي القدرة على استرقاق (vampiriser) الحقل الثقافي. يمكن أن يصل هذا الأمر إلى حد إنتاج أفخاخ ونبوءات ذاتيّة التحقق: وعلى هذه الشاكلة الإعلانات حول «الثورات التكنولوجية» الموجِدة لحاجات جديدة ولمجتمع (يُسمّى مجتمع «الإعلام»). إن الهاتف الجوّال المتُعدّد الوسائط من الجيل الجديد (UMTS)، مثلاً، شكّل فخًّا جماعيًّا كبيراً تمّ اختراعه في أوروبا من قِبل مُصنِّعي الهواتف: هذا الأمر أفضى إلى استثمار ألفي مليار فرنك]فرنسي[في أوروبا، ثمّ حدثت الكارثة المالية الكبرى (لأنّ «الفقّاعة» الخيالية والمالية قد انفجرت).

إن عمل المصانع هذا في موضوع المتُخيَّل يمكن أن يُدفَعَ به إلى الدرجة القصوى إلى حدّ الاستيلاء على السلطة السياسية. إنّ «الهوليووديين» قد اكتسبوا القدرة على بناء مُتخيَّلات، هم قادرون على الوصول إلى حدّ استرقاق المجال السياسي، وبرلسكوني خير مثال على ذلك. فهو قد استولى على السلطة في إيطاليا ليس فقط بسبب أنه يملك ثلاث محطات تلفزيونية، بل لأنّه قد امتلك القدرة على استرقاق المتُخيَّل الجماعي وبالتالي استرقاق المجال السياسي من خلال عمليات العرض التلفزيونية. لذا، يجب علينا عدم الاقتصار على إنشاء رابط آلي بين السلطة ووسائل الإعلام، من نوع: المرُسِل (émetteur) يُسيطر أو يؤثّر، بل «يُدير» مُتلقّين (récepteurs) يفترَضُ أنّهم سلبيّون (passifs).

هذه الخطاطة التبسيطية ينبغي التخلّص منها عاجلاً. إذا لم نقمْ بهذه القطيعة، فسوف نشاهد الجديد -الذي بلغ الثلاثين عامًا- مع القديم. أعرف جيّدًا أنّ هذا يُجدّد التأكيد على الذهاب للبحث عن خطاطات ماركسويدية (marxoïdes)، خصوصًا عندما يُضاف إليها طبقات من ماك-لوهن (McLuhan) ومن «الميديولوجيا»، لكنّ ذلك لا يكفي لتوفير شبكات نظرية مُناسبة لفهْم موقع وسائل الإعلام في الرأسمالية المعاصرة. ينبغي بناء مفاهيم وأدوات نظرية جديدة للتفكير في «الاقتصاد الرمزي» المعُقّد للتلفزيون.

الملاحظة الثالثة والأخيرة حول التلفزيون. إنني أتّفق مع مارسال ترِيًّا حول ما قاله بشأن تلفزيون زمن الديوان الفرنسي للإذاعة والتلفزيون (ORTF)، أعني ما يُسمّيه أمبرتو إيكو «التلفزيون القديم» أو «باليوتلفزيون» (Paléotélévision). لأنه يجب علينا أيضًا أن نُدركَ أنّ التلفزيون مَرَّ بأشكال مُختلفة جدًّا. هناك على الأقلّ ثلاثة أنواع من التلفزيون في فرنسا (وفي عدّة بلدان أوروبية) منذ السّتينات. الأول هو التلفزيون التابع لـ (ORTF) والاحتكار العامّ، الذي كان يَعهد بدورٍ مركزيٍّ للدولة لكنه كان يميّز، وهو ما أشار إليه تريّا، بين البرامج، التي يحظى المُخرجون فيها بهامشٍ كبير من الحرية، وبين الأخبار، التي تتَحكّم بها السلطةُ السياسية بصرامة. لكنه كان تلفزيونًا يقوم على المُرسِل والرسالة («التلفزيون القديم / الباليوتلفزيون»، وفق تعبير إيكو). إن المُرسِل كُلّيّ القدرة (مثال: تلفزيون الجنرال حيث كانت صورة فوتوغرافية لِوجه الجنرال، مأخوذة عن قرب، تحتلّ كامل الشاشة)، لكنه أيضًا تلفزيونٌ «نافذةٌ» يُتيح للعدد الأكبر اكتشاف العالم والأدب والمسرح والسيرك، إلخ...

في هذا التلفزيون النافذة (télévision-fenêtre)، يكون عقد المشاهدة الذي يتمّ إبرامه ضمنًا مع مشاهد التلفزيون هو عقد قائم على الحقيقة والواقع (التاريخي أو الواقع الاجتماعي)، إلخ. يجب على التلفزيون أن يقول (أو ينبغي عليه أنْ يقول) الحقيقة، وأن يصف الواقع «الصحيح». عقدُ المشاهدة، هذا، قد مُزّق مع ظهور «التلفزيون الجديد» (néo-télévision) وذلك طوال السنوات 70-80 لا سيما مع ابتكار التلفزيون التجاري الذي تمظهر في فرنسا في خصخصة محطة TF1 وفي ازدياد إيرادات الإعلانات، وازدياد عدد المحطات (المحطة 5، المحطة TV6 التي أصبحت M6، إلخ). عقد المشاهدة المبْرَم مع مُشاهد التلفزيون أصبح، مع هذا التلفزيون الجديد (Néo-TV)، قبل كل شيء عقدًا قائمًا على المشهد والعلاقة.

لم تعُدْ «صحّة» الرسالة هي التي تهمّ، وإنما العلاقة بين مشاهد التلفزيون وقرينه، الكامن في الجانب الآخر من الشاشة (انظر التوك-شو (Talk-show) أو اللعبة). من خلال التوك-شو (talk-show) يجتاز مشاهد التلفزيون (والجمهور) الشاشة، ويدخل مسرحَ البرنامج التلفزيوني (plateau). يُصبح مسرحُ البرنامج التلفزيوني هو العنصرَ المركزيَّ، إلى جانب المُنشِّط والمُشاهد

التي تمّ دمجه في عملية العرض (mise en scène) والجمهور الوهمي الذي يُصفّق ويبتسم عندما يُطلَب منه ذلك. هناك، يحدث انشطار المشاهد، الذي أمام الشاشة والذي «خلفها»، وتنشأ علاقة تعاطف انفعالية، بين التلفزيون والجمهور. إنه، كما قال دومينيك مال (Dominique MEHL)، «تلفزيون علائقي». إنه تلفزيون المُتلقّي الحاضر في الآن عينه أمام الشاشة وعلى مسرح البرامج التلفزيونية: بذلك يصنع التلفزيون الجمهور الفئوي كما في برنامج «لِتسْقط الأقنعة» (Bas les Masques) للصحافية ميراي دوماس (Mireille DUMAS)؛ ومن هنا، فإنّ الفضاء العامّ والفضاء الخاصّ قد أصبحا مُنصهرين بالكامل في بعضهما البعض.

هذا التلفزيون الجديد يعمل على تعميم الحياة الخاصّة وتخصيص الفضاء العامّ: كل واحد يمكنه أنْ يذهب (وأنْ يحلم بأنْ يذهب) ليرويَ تفاصيل حياته، الحقيقةُ هي المعيش الخاصّ بكلّ شخص يظهر على الشاشة (انظر «هذا اختياري» (c'est mon choix) مثلًا)، كل واحد يعرض نفسه وبذلك يُخصِّص الفضاءَ العامَّ. ينسحب ذلك على المُمارسة اليومية في ما يتعلّق بالهاتف: فالهاتف الثابت يسمح بإدخال الفضاء العامّ في الفضاء الخاصّ والمنزلي (رنين الهاتف يُذكّر بذلك)، فيما يُتيح الهاتف الجوّال بأن يصطحب المرء في نزهة عالمَه المنزلي كـ«فقاعة» في الفضاء العامّ (وأن يُعمِّم «شؤونه المنزلية الصغيرة»). إنّ التلفزيون الجديد (néo-télévision) والتلفنة الجوّالة (téléphonie mobile) يُساهمان بشكل يومي في هذا الامّحاء (اللعبيّ؟ / ludique ?) للحدود بين الفضاءيْن العامّ والخاصّ. إنّها مُمارسات اجتماعية ينبغي تحليلها، وليست إنتاجًا مكيافيليًّا لِسلطة ما.

ألقى بيار بورديو مُحاضرة حول التلفزيون لكنه، في الواقع، لا يقصد إلا التلفزيون التجاري الذي هو ليس سوى واحد من أشكال التلفزيون، وهو أقليٌّ من جهة المشاهدين؛ لا يتحدّث بورديو عن التلفزيون العامّ ويتجاهله، على بالرغم من أنّه يُمثّل 30 % من الجمهور، ولا يتحدّث عن التلفزيون بأجر (مثل «كانال بلاس» (Canal Plus) أو المحطات التلفزيونية ذات البثّ الفضائي وبالكابل التي تمُثّل 30 % من الجمهور).

بلا ريب، كلّ الناس قد فَهموا عمل التلفزيون التجاري: إنّه منطق الوقت الضائع المُحوَّل إلى جمهور؛ لأنّ وسائل الإعلام هي تحويل الوقت إلى جمهور أو الوقت الجماعي إلى نشاط اقتصادي، فليس ذلك خسارة للوقت وإنما تحويل الوقت إلى نقود. هذا هو نموذج TF1 وM6 وبرلسكوني، وكذلك نموذج تلفزيون الشبكات في أميركا الشمالية منذ نشأته. لكنْ أيضًا، شكل خاصّ للتلفزيون في فرنسا، هو ذلك الشكل الذي سادَ في الثمانينيات ولا يزال قويًّا جدًّا من جهة الجمهور.

لكن هناك شكل ثالث للتلفزيون بَرَزَ منذ خمسة عشر عامًا ويمُثّل 35 % من الجمهور، أيْ 35%

من الإيرادات، إنه التلفزيون بأجر، بالاشتراك، مثل كانال بلاس (Canal Plus) والمحطّات التي تبثّ بالكابل أو عن طريق البثّ الفضائي، الذي لا يتوقّف جمهوره عن الازدياد. إنّه شكل جديد للتلفزيون، هو تلفزيون الاشتراك والتواصل. من الآن فصاعدًا، ما يهمّ هو أنْ يكون الناس متواصلين بالشبكة ومشتركين، ومقدم الخدمة يجتهد في تأليف (fidéliser) مُشتركيه... ولكي يبيع لهم باقات من الخدمات تُسمَّى «الوسائط المتُعدّدة» (كان ذلك قلب استراتيجية فيفندي (Vivendi) في عهد مسيي (Messier)). إنّ تلفزيون التواصل والعلاقة المزيّفة هذا، لم يَعدْ فقط تلفزيون المشهد والعرض، إنه على نحو نموذجي التلفزيون الذي يعرضه تلفزيون اليوم. إنّ التلفزيون يعرض نفسَه بنفسه: إنّه هو موضوعُ نفسِه. يُصبح كذلك «فاعلا» (acteur) مُؤثّرًا في مصير مُشاهديه (Loft Story، Stars Academy، Popstars، إلخ). إنّ ما يتم عرضه الآن هو الجمهور الذي يصبح كاتب السيناريو المُشارك (co-scénariste) كما في برنامج (Loft Story) ويصنع مصيرَ المُشاركين فيه أو نتيجةَ اللعبة بتدخّله في البرنامج. الجمهورُ كفَّ عن أن يكون «سلبيًّا» (passif)، إنّه جمهور فاعِل (acteur). يمكن إدانة هذه البرامج أو الدفاع عنها، لا يهمّ: إنّه حدث اجتماعي يُغذّي التمثيلات والخطابات والمبادلات اليومية. إنها برامج تلفزيونية تقوم على عرض التواصل والعلاقة، «إننا على اتّصال»، إننا «مُتّصلون»، «نتفاعل» من خلال التلفزيون (يمكننا أن نضمّ الهاتف أو الانترنت، كما في برنامج (Loft Story)؛ بتعبير آخر «التواصل موجود» (ça communique)، إننا هنا معًا نتّحد في الرأي، ونتشارك البرامج ذاتها والانفعالات ذاتها (كما في الحفلات التلفزيونية الكبيرة على غرار الألعاب الأولمبية أو كأس العالم لكرة القدم). فليس مهمًّا المضمون والمعنى، ما يصنع المعنى هو التواصل والاجتماع وتشارك الانفعالات: لقد أدركنا ما قاله برنار نويل (Bernard NOEL) منذ عشر سنوات، الرقابة، أي فقدان المعنى. وليس ثمة حاجة من أجل هذا الأمر رقيب أعلى (super-censeur).

إنّ التلفزيون الحالي يجمع ويُؤمِّن التشارك: من خلاله يلتئم المجتمع المفُتّت والمتُشظّي ويتشارك في الانفعالات والأحاسيس. الأمر لا يتعلّق بالواقع. إنّها، وفقا لتعريفها، برامج تلفزيونية تخلط بين الوهْم والواقع، وبين الخاصّ والعامّ، وبين الجمهور والمُشاهد أمام الشاشة وخلفها؛ يُنتج هذا التلفزيون المعاصر عرْض العلاقة والرابط الاجتماعي. إنه مظهرٌ خدّاعٌ (simulacre) أو رمامةٌ (prothèse) للرابط الاجتماعي. لهذا السبب شهدت برامج تلفزيونية على غرار برنامج «قصة العلِّيّة» (Loft Story) نجاحًا شعبيًّا، لا سيما وأنّ برنامج «قصة العلِّيّة» قد نجح في عرْض قلق المرُاهقين ضمن علاقتهم بالمؤسسة الاقتصادية وبالإدماج الاجتماعي والمهني (انتقال المراهقين إلى عالم البالغين، إلى عالم المؤسسة، من خلال تنظيم الدخول والخروج، انظر وظيفة انتقال «ساس» (sas) بين العلِّيّة (Loft) والخارج). إنها برامج تلفزيونية مُعدّة بإتقان بالنظر إلى إنتاج الصور والمتُخيَّلات.

أُشدّد إذًا على هذه الأشكال المتنوعة للتلفزيون الفرنسي الذي يتطوّر كثيراً مع المجتمع ذاته الذي يمُثّل التلفزيونُ مرآتَه وكشّافَه، بل أداةَ تحليله. ينبغي إذًا الحديث عن التلفزيون بأشكاله المُختلفة؛ تلك الأشكال الثلاثة المُنضَّدة، التي ذكرتُها، تُشكّل تلفزيون اليوم: الخدمة العامّة [التلفزيون الحكومي]، حتى وإن أُضعِفَ، والتلفزيون التجاري والتلفزيون بأجر. عند الحديث عن «التلفزيون» يُخشى من وقوع الخلط باختزال الكل في كلمة واحدة؛ يجب التمييز بين وسائل الإعلام، وليس هذا وحسب، بل يجب التمييز بين الأنماط التلفزيونية، لا سيما وأنّ هناك أنماطَ تمويل، وأنماطَ تنظيم مخصوصة لكل نمط من أنواع التلفزيون. إنّ بعض البرامج التلفزيونية مثل برنامج «دمى الأخبار» (Guignols de l'Info) و»نشرة الأخبار الصحيحة» (Vrai Journal) اللذين يُعرَضان على «كانال بلاس» (Canal Plus) تذهب في اتّجاه احتفال ذاتي للتلفزيون، له بعده الاقتصادي. هناك تطابق بين اقتصاد الأجر (péage) وهذا النوع من البرامج التلفزيونية، لأنّ ما يهمّ هو الترابط والتواصل والشعور بالانتماء إلى ناد وجماعة تلفزيونية تتشارك بعض الانفعالات. ما يُقوَّم على المستوى الاقتصادي، هو الانضمام إلىٍ «ناد» (يضمّ مُشتركين مؤلَّفين (abonnées fidélisés)، وما هو مُقوَّم رمزيًّا، بشكل أساسيّ، في ما يتعلّق بالتلفزيون التجاري، هو التواصل والمشاركة والترابط.

هو يرى طريقين كبيرين مُمكنين للتأثير في التلفزيون:

الطريق الأولى: في بناء تنظيم مرئي ومسموع جديد. يجب أن نُحاول التفكير وأنْ نقترح تنظيمًا جديدًا وخدمة عامة جديدة مُدَقْرطة (démocratisé)؛ لا يمكن أن يكون ذلك عودة إلى الديوان الفرنسي للإذاعة والتلفزيون ORTF)) السابق الذي كان خدمة عامّة حكومية بالرغم من كل الجودة التي كانت قد تميّزت بها مدرسة [أستوديوهات] «تلال شومون» (studios[Buttes Chaumont]) وبالرغم من العدد الكبير من ساعات الإبداع في الستينات والسبعينات. إنّ نقد الحركة الاجتماعية التي تشكّلت في أيار 1968 ركّزت على هذا الأمر: إنّ احتكار الـ (ORTF) قد موثِل باحتكار حكوميّ وسياسي. لأجل ذلك يبقى علينا بناء نمط جديد للخدمة العامّة [التلفزيون الحكومي] ومسؤولية عامّة واجتماعية لضمان الحقّ في الاتصال المرئي والمسموع (والإنصاف في تمثيل التيارات النقدية للأمور التي هي مواضيع للصور؟).

الطريق المرسومة الثانية، ضمن العمل النظري لتحليل هذا الغرض الاجتماعي الأساسي الذي لم يُفكَّر فيه إلا قليلاً والذي هو التلفزيون، والذي هو «طوطم» حقيقي في مجتمعاتنا، هناك الكثير يجب فعله في عمليات التعلّم، ولا سيّما في المدرسة والجامعة وحتى في المؤسسة الاقتصادية، من أجل الاستحواذ على ملكية الصورة والتلفزيون بعامّة. إنّ لَيْئكة الإعلام المرئي والمسموع

جارية. ما أنجزَ للمدرسة العامة منذ قرن يمكن إنجازه للتلفزيون. إنّه رهانٌ للمجتمع وللمواطنية. نحن كلّنا لسناَ مُضطرّين للبقاء عصاميِّين أمام التلفزيون. يمكن الاستيلاء على لَيْكة التملّك الثقافي والاجتماعي للإعلام المرئي والمسموع، بما في ذلك ضمن ممارسات إنتاج تلفزيوني بديلة عبر تلفزيونات شراكة أو من خلال تدخّلات مباشرة للمواطنين في وسائل الإعلام المرئي والمسموع.

التعدّدية ووسائل الإعلام والقُوى المضادة للسلطة

يعتقد عالِم الاجتماع ميشال مولر (Michel MULLER) أنّ المسألة التي تُطرَح اليوم هي التالية: إلى أي مدى تُشكّل وسائل الإعلام عواملَ فاعلة في المناقشة التعدّدية التي يجب أن تُؤثّر في مجتمعنا؟ إذا افترضنا أنّ وسائل الإعلام ليست إلا مجموعة عوامل فاعلة لا صاحبة المسؤولية الرئيسية عن لألأة (opalization) الأذهان، يمكن أن نأمل أن بإمكانها أن تُشكّل اتّجاهات المناقشات المتناقضة التي تُغذّي حياة الأفكار. تُفيد الملاحظة أنّ وسائل الإعلام لا تؤدّي هذا الدور أو تؤدّيه بقدر قليل.

ثم يعود ميشال مولر إلى المفهوم القديم للتعدّدية الذي كان سائدًا في العصر «المجيد» للصحافة المكتوبة. كانت التعدّدية تتمفصل حول قطبين: قطب الصحافة المسمّاة البورجوازية، وقطب الصحافة الشيوعية. إن هذا المفهوم التاريخي لم يوجد له بَديل. إنّ فكرة إنشاء مجموعة هوما (groupe Huma) مع مجموع الصحافة الشيوعية اصطدم بعدّة عمليات مقاومة وأخفق، بينما في كل مكان تعاقبت التّكتّلات.

الميزة الثانية التي لا تسمح لنا بالإجابة هكذا البتّة، هي تفجّر تكنولوجيات الاتصال الجديدة، ممّا سَمَحَ بتخيّل فضاءات مُحتملة بهدف خلْق أماكن للمناقشات، وإمكانية حصول مناقشات متعارضة، حيث يكون بناء ثقافة خاصّة بالحركة الشعبية أمرًا محتملاً. على العكس، رافَقَ ظهورَ تكنولوجيات الاتصال الجديدة تركيزٌ هائل لم يُشهَد له مثيلٌ مِنْ قبلُ. إنّ مجموعة مثل «جنوب-غرب» (Sud-Ouest)، وهي صحافة إقليمية، لا تَدين للصحيفة-العنوان «جنوب-غرب» إلاّ بنسبة 40 % من رقم معاملاتها. أعني أن 60 % من نشاطها يرتبط بالتلفزيونات المحلّية، والصحافة المجانية وبمُنتَجات أخرى، حتى نستخدم مصطلحًا مُلائمًا. يمكننا أيضًا مُلاحظة أنّ أشكال الاتصال الجديدة التي تتعاقب لا تحلّ محلّ الأشكال السابقة بل تنضاف إلى بعضها البعض. وهكذا، فإنّ الصحافة المكتوبة لا تزال تُشكّل اتّجاهًا أساسيًّا للإعلام رغم هذه التطوّرات، مع تسعة ملايين قارئ لها باليوم. لتوضيح هذا التركيز الخارق لوسائل الإعلام، نشير إلى أنّ 67 جريدة يومية في فرنسا هي ملك لـ 25 شركة نشر فقط. وحدها مجموعة سوبريس-فرانس-أنتي (Sopresse-

(France-Antilles)، أيْ مجموعة [عائلة] «إرسان» (Hersant)، تملك 17 صحيفة.

نجد أنفسنا اليوم مع مجموعتين حاكمتين: مجموعة داسّو (Dassault)، ومعها سوبريس-فرانس-أنتي (Sopresse-France-Antilles)، بما أنها أصبحت المُساهم الأول في مقابل عائلة «إرسان» (Hersant) التي لم تعد المُساهم الرئيسي، ومن جهة أخرى مجموعة «أشيت-لاغاردير (Hachette-Lagardère). تملك المجموعات الصناعية الأولى في مجال صناعة الطائرات والتسليح (داسّو ولاغاردير) وفي قطاع البناء والأشغال العامّة(BTP) (القناة الأولى (TF1) وقناة الأخبار(LCI) تنتميان إلى مجموعة «بُويغ» (Bouygues))، تملك هذه المجموعات، في الوقت عينه، وسائل الإعلام الرئيسية. ما الذي يمكن بناؤه إلى جانب ذلك؟ ما يهمّ اليوم هو كيف نخلق فضاءات بعيدة عن المنطق التجاري وخاصّة بالمواطنين؟ يذهب ميشيل مولر أبعد من ذلك: ألم يحنْ الوقت لنجعل من ذلك هدفًا شعبيًّا.

إنّ الصراعات القائمة اليوم في الإعلام المرئي والمسموع العامّ، والصراعات التي نخوضها في الصحافة تبقى محصورة في دائرة بعض المهنيين المتُّهمين بـ «الحِرَفِيّة» (corporatisme). حول مسألة الصحافة المجانية، أعتقد أنّنا لم نُفهَم لأننا عندما منعنا توزيعها عُدَّ ذلك أحيانًا صراعًا ضدّ حرية التعبير. على الرغم من أنّ مقاومتنا لها لم يكن هدفُه إلّا أن نفرض أن تعجز هذه الصحافة، التي تعيش على حساب التعدّدية والكيفية، أن تعجزَ عن احتقار المُقتضيات ذاتها التي للصحافة بعامّة. توجد صراعات، لكن ما إنْ تُطرَح المشكلة، فإنها تتركّز على الصحافيين: ولكن هل الصحافيون هم الذين دومًا يُصدِرون الصحف التي تتألّف بنسبة 50 – 60 % من برقيات عاجلة، ليس هذا فحسب، وإنما تضمّ أيضًا عددًا من المراسلين والصحافيين بالصفحة الذين، لكونهم يتقاضون بالسطر وفي وضعية وقتية جدّ هشّة، يُخشى أنّهم قد لا يكتبون غير ما تتوقّعه منهم الإدارة؟ كل واحد في المهنة يُصارع في زاويته: ينبغي خلق تطابق قوي كفايةً لتمثيل بدائل. عندئذ، في نطاق مُعيّن، أوافق على فكرة أنّ «لدينا وسائل الإعلام التي نستحقّها»، لا التي طالبنا بها، إنما وسائل الإعلام التي تفرض نفسها اجتماعيًّا. كل تحقيقات الرأي تُبيّن أنّ ثمة طاقة حقيقية في الشعب لاستخراج رأيٍ نقديٍّ جدًّا حول ما تُنتجه وسائل الإعلام وما تُصبح عليه.

إنّ اقتراح إنشاء فدرالية للاتصال داخل الكنفدرالية العامة للشغل(CGT) لتجمع البنى القائمة قد طُبِّقَ، لكنها بقيت جامدة. تهدف هذه الفكرة إلى جمْع قوى تقدّمية في هذا المجال، لتكون «قوى مضادة للسلطة» حقيقية، لمواجهة واقع تركيز السلطة الإعلامية بين أيادٍ يتناقص

عددها مع الأيام، هي أيادٍ مترسّخة في السلطة التجارية. أخيرًا، في غياب مشروع سياسي مُتّسق حول وسائل الإعلام، أي أخلاقي، لكن أيضًا اقتصادي واجتماعي، أعتقد أننا سنعاني في تحريك القوى الاجتماعية للمطالبة بتلفزيون مُختلف.

تفكير جماعي مفيد للعمل ولتعريف موقع المؤرّخ

في ضوء التنوّع والجودة للمقاربات التي اقترحها هذا الموضوع على المتُحاورين، فإنه من العسير الاستنتاج. إنّ هذه المبادرة وَفَت بوعدها بأن سمحت بفتح تفكير عامّ، بوجهات نظر مختلفة. وساهمت أيضًا في إبراز مسارات عمل مع الحكْم على نتائج التجارب التي تجري سجالاً. إنّ معضلة إنتاج التمثيلات هي، دائمًا، في قلب المناقشات حول التلفزيون. وبلا ريب فإنّ إنتاج التمثيلات ليس هو ذاك النوع من الصناعة الشيطانية التي تتوفّر على كل سلطة نرغب بوصفها، لأن قوته، أيْ القدرة على الإضرار التي تُنسَب إليه، تنشأ عمّا تعكسه، أيْ عن مجموعة تنتمي إليها وتُسيطِر عليها. هذا هو السبب الكامن وراء عدم الحاجة إلى وزارة إعلام تُراقب بدقّة الصحافيين، فهؤلاء غارقون في علاقة الهيمنة التي تِبعًا لها صِيغَت طريقتهم في صُنع الأخبار.

إذا أردنا تغيير التلفزيون ودوره، فذلك بلا شكّ، وكما اقترح عدد من المُشاركين، يكون من خلال إسهام أكبر للمواطنين في العلاقات بين المجتمع ووسائل الإعلام؛ هنا بواسطة عمل تلفزيون محلي قريب من المواطن، وهناك بواسطة العمل الجماعي الذي يفرض علاقة قوة مادّية تُشكّل أيضًا علاقة قوة للأفكار، وفي مكان آخر بخلق الحدث من أجل إدراجه ضمن الأحداث الجارية ومباغتة وسائل الإعلام. نرى أنّ المسألة تتعلّق بإنشاء قوى مضادة للسلطة ونشْر الديمقراطية أكثر من كونها مسألة هجوم على التلفزيون ووسائل الإعلام على نحو منظَّم، وإنْ تكن اليقظة على الأغلب تتعلّق بهم، لأنّ فضْح إفراطهم هو رهان ضمن الرهان السياسي الأعمّ الذي يمكن أن يُساعدَ في بعض أعمال نشر الوعي. إذا كان من صلة بين التمثيلات العقلية والسلطة التي تمُارسها وسائل الإعلام على مجرى الأفكار، فإنّ تلك التمثيلات هي الأثر لتاريخ يُشارك الإنسان فيه كعامِلٍ واعٍ لتشكيل فكره الخاصّ.

إضافة إلى الإضاءات التي يمُكن أنْ تُعطيَها التجاربُ الماضيةُ، فإنّ ما يمكن أن تُبيّنه مثل هذه الندوة للمؤرّخ، هو الفائدة المتأتية من غنى التحليلات التي تقوم بها قطاعات أخرى أو أطراف اجتماعية مُعاصرة للعمل على موضوع ما. يمكن أن يكون هناك مجال لخيار ضمن التفكير المُشترك حول الطريقة التي يمضي بها المجتمع قدمًا في مجال كهذا، وفق قراءة الحاضر والماضي المطروح للنقاش. هناك مسؤولية تقع على عاتق المؤرّخ، مسؤولية عدم السماح لتاريخ رسمي بأن يرتهن

الذاكرة الجماعية ومن ثمّة التاريخ الذي سيأتي على مجتمعنا. إنّ العلاقات التجارية الحاكمة تقترح حدودًا لِمستقبل سيُبنى على أسسِ قراءة انتقائية ومُؤيِّدة أحيانًا للماضي. هنا لا يعود المؤرّخ باحثًا فحسب، بل تتواطأ وظيفتُه النقدية مع المصلحة العامّة، التي تربطها صلة بكيفية مناقشة الأفكار التي تُغذّي التعدّدية والتوجّه السياسي.

الهوامش

1 - إنّ هذه المؤسّسة التي شُكّلت في آذار 2000 تضمّ باحثين من قطاعات مُختلفة ولهم اهتمامات مُتشعّبة، إضافةً إلى مناضلين من مُنظّمات سياسية مُنخرطة في الحركة الاجتماعية، ومُناضلين نقابيين واختصاصيي تواصل، يمزجون بين تجاربهم ومهاراتهم، وذلك بغية تحليل تطوّر السلوكيات الاجتماعية والسياسية الأكثر تنظيمًا.

2 - انعقد هذا المؤتمر يوم السبت 23 تشرين الثاني 2002 في باريس، في ساحة كولونيل-فابيان -Colonel Fabien. يضمّ هذا العرْض المُداخلات التي شهِدَها المؤتمر، والتي خَرَجَت إلى النور بعد بضعة أشهر من انعقاد المؤتمر، وقد أُرفِقَت بالمُلاحظات التي سُجّلَت خلال المؤتمر.

3 - Les Cahiers d'Histoire. Revue d'histoire critique, n 86. Dossier: Démocratie, pouvoirs et propagande en France au XX e siècle. De la paix de Versailles à la guerre du Golfe, coordination: Guylain Chevrier. Septembre 2002.

4 - Idem note n 1, Chevrier Guylain, Guerre du Golfe et télévision: un mariage stratégique, p. 63 – 84

5 - Bourdieu Pierre, Sur la télévision, Paris, Raisons d'agir Editions, 1996

هذا الباب

يستهدف هذا الباب تظهير نقد مفكري الشرق المنجز الحضاري لحداثة الغرب. أما عملية التظهير فتتم أولاً من خلال كتابات سجالية مع أفكار الحداثة ومعارفها قام بها مفكرون من الشرق وشكلت قيمة معرفية تأسيسية.. وثانياً من خلال مقاربات راهنة حول قضايا فكرية وفلسفية معاصرة وتدخل في إطار تفعيل السجال النقدي مع الفكر الغربي وتحولاته.

نحن والغرب

صورة الفلسفة الإسلامية في العقل الغربي

مطالعة نقدية في أطروحات برتراند راسل

مازن المطوري

صورة الفلسفة الإسلامية في العقل الغربي

مطالعة نقدية في أطروحات برتراند راسل

مازن المطوري[*]

يبدو الآخر المسلم في المنجز الفلسفي الغربي مثيراً للإشكال في التباسه وغموضه والتأويلات التي جرى تداولها في سياق التوظيف الثقافي والأيديولوجي.

هنا مسعى لاستقراء صورة الثقافة الإسلامية في التأويل الفلسفي الغربي كما يظهر عند الفيلسوف البريطاني برتراند رسل (1872 ـ 1970).

مسند هذه القراءة الفصل العاشر من كتاب تاريخ الفلسفة الغربية وجاءت تحت عنوان "الثقافة والفلسفة عند المسلمين" كما نقله إلى العربية الدكتور زكي نجيب محمود (1905 - 1993).

المحرر

يمثّل عنوان (الثقافة والفلسفة عند المسلمين) الفصل العاشر من كتاب تاريخ الفلسفة الغربية في ثاني جُزأيه تأليف الفيلسوف الإنجليزي برتراند راسل (1872- 1970)، كما نقله للعربية الدكتور زكي نجيب محمود (1905- 1993).

خصَّ (راسل) الجزءَ الثاني للحديث عن الفلسفة الكاثوليكية، وعقد الفصل العاشر منه للحديث عن الثقافة والفلسفة عند المسلمين. وقد تحدّث في مطلع الفصل عن أوضاع ما قبل الإسلام والمناخات التي رافقت ظهور دعوة النبي محمد (ص) وأحوال الجزيرة العربية، لا سيما في الوجهة الثقافية وسبل العيش والطبيعة الصحراوية.

*ـ باحث وأستاذ في الحوزة العلمية ـ النجف الأشرف ـ العراق.

أعقب ذلك بالحديث عن بدايات تشكّل الإسلام وحكومة المسلمين، وصار يحلل الدوافع التي حدت بالأسرة المالكة الأولى (بني أميّة) إلى اعتناق الإسلام، وقد أرجع (راسل) ذلك إلى غايات سياسية خالصة!

انتقل (راسل) لعقد مقارنة عن طبيعة علاقة العرب بالدين وعلاقة الفرس به، حيث رأى أن العرب لم يكونوا سلالة تتصف بالإمعان في التدين، خلافاً للفرس الذين كانوا منذ أقدم العصور عميقي الشعور الديني وضاربين في التأمل الفكري بسهم موفور، بل جعلوا من الإسلام بعد اعتناقهم شيئاً أحق بالاهتمام وأعمق في الصبغة الدينية وأبعد أغواراً في الفلسفة[1]!

ثم عطف الكلام على العباسيين والخلافة، وتطورات النظام السياسي والمدني عند المسلمين، وجوانبه المختلفة، لا سيّما الحالة الاقتصادية.

لسنا معنيين في هذا المقال المقتضب بدراسة تلك القراءة وتحليل مرتكزاتها ومقدار حقانيتها وواقعيتها، وإنما نريد التوقف عند رؤية (راسل) للثقافة والفلسفة عند المسلمين، وما تضمنه حديثه من تقييم وأحكام بشأن الفلسفة الإسلامية، سواء أكان في روافدها وتطوراتها، أم في مدياتها وإبداعها وتأثيرها على الفلسفة الغربية. وسوف نجعل حديثنا في مجموعة عنوانات يتخللها التوقف عند الأخطاء التاريخية والاشتباهات التي وقع فيها (راسل). على أن نشير هنا إلى ملاحظة تتمثّل في أن مجمل هذا الحديث عن الثقافة والفلسفة عند العرب والمسلمين وما تبنّاه (راسل) من رؤية بشأنهما، قد أورده إجمالاً كذلك في كتابه المتأخر تأليفه عن تاريخ الفلسفة الغربية، أعني (حكمة الغرب) في جزئه الأول[2].

بداية الفلسفة الإسلامية

سجّل (راسل) في مفتتح حديثه عن بداية الفلسفة عند المسلمين قائلاً: «وأما الثقافة المميزة للعالم الإسلامي، فعلى الرغم من أنها بدأت في سوريا، إلا أنها سرعان ما ازدهرت أعظم ازدهار لها في طرفي هذا العالم الشرقي والغربي، أعني في فارس وأسبانيا، وكان السوريون أيام الغزو معجبين بأرسطو الذي آثره النسطوريون على أفلاطون الفيلسوف الذي فضّله الكاثوليك. وكان أول

[1]-تاريخ الفلسفة الغربية، الكتاب الثاني، الفلسفة الكاثوليكية، برتراند رسل: 183- 184، ترجمة: د. زكي نجيب محمود، الهيئة المصرية العامة للكتاب، 2012.

[2]-حكمة الغرب، عرض تاريخي للفلسفة الغربية في إطارها الاجتماعي والسياسي، برتراند رسل 1: 257- 261، ترجمة: د. فؤاد زكريا، عالم المعرفة، يونيو 2009.

معرفة العرب بالفلسفة اليونانية مستمداً من السوريين، ولذا فقد حسبوا منذ البداية أن أرسطو أهم من أفلاطون. على أن أرسطو لديهم قد لبس حلّة (أفلاطونية جديدة)، فقد ترجم الكندي (المتوفى حوالي سنة 873)- وهو أول من كتب الفلسفة بالعربية والفيلسوف المهم الوحيد الذي كان نفسه عربياً- أجزاءً من تاسوعاء أفلوطين، ونشر ترجمته بعنوان الربوبية عند أرسطو، فأحدث هذا خلطاً عظيماً في أفكار العرب عن أرسطو، لم يزيلوه عن أنفسهم إلا بعد قرون طويلة[1].

بدايةً وقبل أن نمضي في تفكيك هذا النص والوقوف عند إثاراته الأساسية، لا بُدَّ لنا من التنبيه على وجود خطأين تاريخيين وقع فيهما (راسل):

الأول: يتعلق بنسبة ترجمة كتاب الربوبيّة (أثولوجيا) إلى الكندي (-805 873)! والواقع أن ترجمة هذا الكتاب إلى العربية لم تكن على يد الفيلسوف الكندي، وإنما ترجمه عبد المسيح بن عبد الله الحمصيّ ابن الناعم المترجم المسيحي والطبيب المعروف، كما نصّ على ذلك أصحاب الفهارس والتراجم، وقام الكندي بإصلاح الترجمة. جاء في معجم المطبوعات ليوسف إليان سركيس (-1859 1932) بعد حديثه عن كتاب أثولوجيا ونسبته لأرسطو (-384 322 ق. م): «نقله إلى العربية عبد المسيح عبد الله الحمّصي ابن الناعمي، وأصلحه أبو يوسف يعقوب بن إسحاق الكندي»[2].

وجاء في فهرست ابن النديم (-910 995) الثبت بعد حديثه عن كتب أرسطو وتناوله الكلام على كتاب الحروف: «كتاب أثولوجيا، وفسّره الكندي»[3]، وذكر نفس المعنى صاحب الذريعة، فنصّ على إصلاح الكندي ترجمة ابن ناعمة الحمصي بأمر المعتصم بالله العبّاسي[4]. وقد كان الحمصي متوسّط النقل ولكنه إلى الجودة أميل[5].

وعلى كلّ حال، فالكندي مصلحٌ للترجمة ومفسّر لها وليس مُترجماً.

الثاني: وهذا الخطأ يمثّل القاعدة في الخطأ الأول، وقد وقع فيه آخرون غير (راسل) حتى من المسلمين، ويتمثّل في نسبة معرفة غير اللغة العربية إلى الكندي. ومنشأ هذا الاشتباه يعود إلى نص للمؤرّخ ابن أبي أصيبعة (-1203 1270) سجّله في ترجمة الكندي، وهو نص لا يمكن

[1]-تاريخ الفلسفة الغربية: 186.
[2]-معجم المطبوعات العربية، إليان سركيس 1: 425، بهمن- قم، 1410هـ.
[3]-الفهرست، ابن النديم: 312، تحقيق: رضا تجدّد.
[4]-الذريعة إلى تصانيف الشيعة، آقا بزرگ الطهراني 1: 120، برقم: 577، دار الأضواء- بيروت، الطبعة الثالثة، 1983.
[5]-الوافي بالوفيّات، الصفدي 19: 101، تحقيق: أحمد الأرناؤوط وتركي مصطفى، دار إحياء التراث- بيروت، 2000.

الاعتماد عليه بحال من الأحوال، إذ إن المصدر الأقدم والأكثر وثاقة في التعرّض لترجمة الكندي بالتفصيل، والمتمثّل بفهرست ابن النديم البغدادي، ليس فيه إشارة من قريب ولا بعيد إلى كون الكندي مترجماً أو عارفاً بغير العربية، بل نجد العكس من ذلك، إذ قد نص ابن النديم على أن الكندي كان يستعمل مترجمينَ، ومن تلك النصوص قوله: «وهذه الحروف نقلها أسطاث للكندي»، و"إن كتاب جغرافيا في المعمور وصفة الأرض.. نقل للكندي نقلاً رديئاً، ثم نقله ثابت إلى العربية نقلاً جيداً». كما ولم يُدرج ابن النديم الكنديَّ في لوائح النقلة والتراجُمة إلى العربية من اللغات الأخرى.

إن أقدم مصدر تعرّض لمعرفة الكندي بغير العربية ووصفه بالمترجم هو كتاب إخبار العلماء بأخبار الحكماء لجمال الدين القفطي (1172-1248) بعد ما يقارب أربعمائة سنة من وفاة الكندي. ونقله كذلك معاصره ابن أبي أصيبعة متقدّم الذكر في (طبقات الأطبّاء) مستنداً لأبي معشر في كتاب المذاكرات لشاذان، في رواية مضطربة تنص على أن حذّاق التراجمة في الإسلام أربعة: حنين بن إسحق، ويعقوب بن إسحق الكندي، وثابت بن قرّة الحراني، وعمر بن الفرخان الطبري[1].

ومن وجوه اضطراب هذه الرواية أن اثنين من هؤلاء الأربعة ليسا مسلمين، فحنين كان مسيحياً، وثابت كان صابئيّاً، فكيف يقال إنهما من حذّاق التراجمة في الإسلام! فضلاً عن وجود مترجمين أكثر شهرة من هؤلاء بحسب ثبت المؤلفات التي ترجموها كابن البطريق وقسطا بن لوقا وابن المقفّع وحبيش الأعسم ويحيى بن عدي المنطقي، وغيرهم.

ويلاحظ كذلك أن عبارة القفطي تمثّل تحريفاً لعبارة ابن النديم المتقدم نقلها فيما يخص كتاب جغرافيا في المعمور، حيث قال: «وهذا الكتاب نقله الكندي إلى العربية نقلاً جيداً»، فبينما كان ابن النديم يؤكد أن الكتاب نقل للكندي «نقلاً رديئاً» صار بقدرة قادر عند القفطي نقلاً جيداً وقد نقله الكندي! وإذا كان النقل رديئاً فكيف صار الكندي من حذّاق التراجمة في الإسلام؟! وهل الحذاقةُ تعرف بغير واقع الكتب المترجمة!

أما فيما يخص نسبة كتابة (أثولوجيا) لأرسطو التي اتخذها (راسل) مطعناً في الفلسفة الإسلامية وفهم فلاسفة المسلمين أرسطو، فعلينا الاعتراف أن نسبة الكتاب لأرسطو غير صحيحة، وعلى أقل التقدير مشكوكة، وأن الكثير من فلاسفة المسلمين والمهتمين بالفهارس والمخطوطات والكتب

[1]-عيون الأنباء في طبقات الأطباء، ابن أبي أُصيبعة: 179، تحقيق: د. نزار رضا، دار مكتبة الحياة- بيروت.

ينصّون على أن الكتاب منسوب لأرسطو ولم يجزموا بالنسبة. وحتى لا نستغرق في هذه المسألة والاستغراق فيها ليس مهماً في دراستنا هذه، أنقل نصّاً للدكتور عبد الرحمن بدوي (1917-2002) تعرض فيه لدواعي هذه النسبة، أورده في كتاب أرسطو عند العرب، جاء فيه:

"وفي تقديرنا لهذه العوامل يجب أن نتجافى عن كل تقويم يتصل بما يسمونه الخطأ في الإسناد التاريخي، فليس هناك خطأ ولا صواب، وإنما هي الضرورة التاريخية تعمل عليها، وبالنسبة إلى الضرورة ينتفي معنى الخطأ والصواب! وعلى ضوء هذه الواقعة نفهم لماذا نسب إلى أرسطو- في الحضارة العربية مثلاً – ما نسب إليه من كتب، كان من الواجب- وفقاً للضرورة التاريخية- أن تنسب إليه، شاء الفيلولوجيون والمؤرخون المزعومون أو لم يشاؤوا، فلم يكن صدفة أو حاجة في نفس من فعل، أن تنسب هذه المقتطفات من (تُساعات) أفلوطين إلى أرسطو، إنما هي الروح الحضارية العربية العامة هي التي كانت وراء هذه النسبة. ولا عبرة بعد باكتشاف المؤلف الحقيقي لهذه المقتطفات التي عرفت باسم أثولوجيا أرسطاطاليس. فحتى لو كان العرب قد عرفوا هذا أو شكّوا في نسبة هذا الكتاب إلى أرسطو فلم يكن هذا بحائل لهم دون استمرارهم في نسبته إلى أرسطو، لأن الشعوب والأفراد لا يهمها أن تعرف أرسطو كما كان في واقع التاريخ بقدر ما يعنيها أن تدركه كما تريد لها حاسّتها التاريخية المنبثقة من روح الحضارة التي تنتسب هي إليها»[1].

لا نريد هنا أن نتماهى مع اتجاه الدكتور بدوي إلى حدّ بعيد، أو نتنكّر لأهمية التثبّت في النسبة، أو أن ننكر الواقع التاريخي عند مؤرّخي العرب المسلمين في بذلهم الجهود الكبيرة والتدقيق في تحقيق الكتب والتثبّت من مؤلفيها، وهو أمر لا يسع الباحث المنصف أن ينكره. ولكن لا بد لنا من تسجيل شيء يخص استنتاج (راسل):

كنتُ أتمنى على (راسل) وهو بصدد تقويم فلسفة المسلمين وثقافتهم، أن يبرز لنا الموارد التي اعتمد فيها المسلمون وفلاسفتهم على هذا الكتاب، وإثبات مقدار ما نسبوه لأرسطو من مطالب علمية اعتماداً على أثولوجيا، وبيان مقدار ما يترتب عليه من مؤاخذات بنحو يشكل ضعفاً ووهناً في فلسفة المسلمين كما قرر (راسل)! وهو أمر لا نجد له أثراً ولا عيناً في نصوص (راسل) التي أطلقها جزافاً بشأن ثقافة وفلسفة المسلمين.

إن مثل هذا الحكم على فلسفة بحجم الفلسفة الإسلامية يحتاج إلى استقراء للفلسفة الإسلامية

[1]-دراسات إسلامية (5)، أرسطو عند العرب، دراسة ونصوص غير منشورة، د. عبد الرحمن بدوي: 7، وكالة المطبوعات- الكويت، الطبعة الثانية، 1978.

في مدارسها المشهورة، وفي سائر المسائل المرتبطة بالعلم الربوبي (أثولوجيا) وبيان اعتمادهم على ذلك الكتاب المنسوب لأرسطو، ثم يمكن بعد ذلك تقويم وتقييم استنتاجاتهم، ومثل هذا الاستقراء لم يكلف السيد (راسل) نفسه القيام به، وإنما ارتجل أحكاماً بشأن الفلسفة الإسلامية وقيمتها اعتماداً على مقولة مطاطية عائمة ترتبط بنسبة كتاب (أثولوجيا) لأرسطو!

على أن هناك نصّاً لشيخ فلاسفة المسلمين ابن سينا (980-1037) أورده في كتاب (المباحثات)، فهم منه المستعرب اليهودي بول كراوس (1904-1944) أن ابن سينا يشكُّ في صحّة نسبة (أثولوجيا) إلى أرسطو. أما نصّ ابن سينا فيقول فيه: «.. أني كنتُ قد صنّفتُ كتاباً سمّيته الإنصاف وقسّمت العلمين قسمين: مغربيين ومشرقيين. وجعلت المشرقيين يعارضون المغربيين، حتى إذا حقّ اللَّدَد تقدمت بالإنصاف. وكان يشتمل هذا الكتاب على قريب من ثمان وعشرين مسألة، وأوضحت شرح المواضع المشكلة في النصوص إلى آخر (أثولوجيا) على ما في أثولوجيا من الطعن..»[1]. وحتى لا نستفيض في هذا الموضوع، وهو لا يستحق بعد معرفة ارتجال (راسل)، نحيل القارئ الكريم على كتاب (أفلوطين عند العرب) للدكتور عبد الرحمن بدوي للوقوف على تفاصيل أوفى[2].

ولا بأس من الإشارة إلى أن الفيلسوف صدر الدين الشيرازي (1572-1640) قد ذكر في موضعين من (الحكمة المتعالية) كتابَ (أثولوجيا) معبرّاً عنه: «المنسوب إلى المعلّم الأول»، و»المنسوب إلى المعلم الأول أرسطاطاليس»، مما فيه إشارة إلى عدم الجزم بنسبته لأرسطو[3].

فيما سِوى ذلك، ثمّة أمور في نص (راسل) المتقدم يحسن التوقف عندها في نقاط:

1- لقد نصّ (راسل) على أن الفيلسوف الكندي هو الفيلسوف المهم والوحيد والذي كان عربياً. وهنا يحق لنا أن نتساءل عن المقياس الذي اعتمده (راسل) ليحكم في ضوئه بأن الكندي هو الفيلسوف المهم الوحيد سيما إذا ما عرفنا أن (راسل) كان بصدد التأريخ للفلسفة الغربية.

على أن هناك سؤالاً مهماً آخر يتعلّق بصحة اعتماد المؤرّخ على مقياسه النظري وما يتبنّاه من فلسفة ليحكم في مقام كتابة التاريخ بأهمية فيلسوف من دون آخر؟ أليس الحكم بالأهمية هو شأن الدرس الفلسفي النقدي المقارن؟

[1]-أرسطو عند العرب، كتاب المباحثات: 121.

[2]-دراسات إسلامية (20)، أفلوطين عند العرب، نصوص حققها وقدّم لها، د. عبد الرحمن بدوي، مكتبة النهضة المصرية، 1955.

[3]-الحكمة المتعالية في الأسفار العقلية الأربعة، صدر الدين الشيرازي 2: 128، الفصل الأول: في أن الواجب بالذات واجب من جميع الجهات والحيثيات، دار إحياء التراث العربي- لبنان، الطبعة الثالثة، 1981 ؛ الحكمة المتعالية 4: 447، في كلام المعلم الثاني في أنحاء العقل النظري.

قبل كل شيء يجب أن نعلم أن (راسل) مدرسياً ينتمي إلى مدرسة الواقعية الإنجليزية الجديدة. ويقوم جوهر هذه المدرسة على رفض المثالية والإيمان بالواقعية، فهم يؤمنون باستطاعة الإنسان أن يدرك بصورة مباشرة الواقع الخارجي المستقل عن الذات (المدرِك) فضلاً عن التصورات النفسية عن ذلك الواقع. ومن ناحية نظرية المعرفة تنتمي هذه المدرسة للمذهب التجريبي، إذ لا يشك أصحابها في أن معرفة الإنسان كلها تأتي من التجربة الحسية، وهم في ذلك يخلفون سلفهم: جورج بيركلي (1685-1753)، وجون لوك (1632-1704)، وديفيد هيوم (1711-1776).

ومن جهة أخرى، فإن فلاسفة الواقعية الجديدة يتّجهونَ في اهتماماتهم صوب العلوم الطبيعية وخصوصاً الفيزياء والرياضيات، ويرونَ في المنهج العلمي منهجاً فلسفياً حقيقياً. ولا يهتمون بالمشكلات النظرية الخالصة كالمنطق ونظرية المعرفة. ويجمع فلاسفة هذه المدرسة الخصومة للنظم الفلسفية وينتقدون بعنف كلّ التراث الفلسفي السابق في الفكر الغربي[1].

لقد أخرج (راسل) كلَّ فلاسفة المسلمين من دائرة الأهمية ما سِوى الكندي بناءً على قناعاته التصديقية، وما يتبنّاه من اتجاه فلسفي، وهو بذلك يرتكب جناية بحق الدرس التاريخي الفلسفي، ذلك أن الدرس التاريخي الفلسفي يفترض أن يقوم على أساس ملاحظة واقع الفلسفة عند كلّ قوم وشعب وأُمّة، ومن ثمّ السعي للتعريف بها وبفلاسفتها، وتصنيفهم من حيث الأهمية وفقاً لخيارات تلك المدارس، وليس وفقاً للقناعات التصديقية التي يؤمن بها الباحث بوصفه فيلسوفاً لا مؤرّخاً! ومن الصعب جداً تقبّل هذا اللون من التصنيف البعدي القائم على الخيارات التفصيلية للباحث بوصفه فيلسوفاً وليس باحثاً تاريخياً.

وهذه مسألة بالغة الأهمية، وتعبّر عن خطأ منهجي، فعلى سبيل المثال لا يحق لفيلسوف ينتمي لحلقة فيينا (الوضعيّة المنطقية) التي تجافي الميتافيزيقيا ومسائلها المتداولة، أن يطلق حكماً بعدم الأهمية بشأن الفلسفة الإسلامية أو فلسفة الأسكولائيين، لأنهما تهتمان بالبحث عن الميتافيزيقيا والماهية والعلل البعيدة للأشياء، لأن هذه الحلقة أخرجت تلك المسائل من دائرة الاهتمام ومن دائرة القضايا ذات المعنى، فإذا ما ورد فيلسوف وضعي ميدان البحث التاريخي الفلسفي، ففي مثل هذه الحالة لا بد له من الركون إلى مقياس عام يحظى بالمقبولية العامة في تصنيف المدارس الفلسفية المختلفة تبعاً للأهمية والجدة والإبداع، ولا يحق له الاعتماد على قناعاته التصديقية الشخصية القاضية بعدم أهمية البحث عن الميتافيزيقيا.

[1]-الفلسفة المعاصرة في أوربا، إ. م. بوشنسكي: 72-73، ترجمة: د. عزّة قرني، عالم المعرفة 165، سبتمبر 1992.

2 - فضلاً عن ذلك، فوفق طريقة (راسل) في ترتيب الأولويات والأهمية ينبغي إخراج سائر أو غالب فلاسفة العصر الوسيط أو الأسكولائيين عن دائرة الأهمية، لعدم توافرهم على الصفات التي تهتم بها واقعية (راسل) وقناعاته التصديقية! والحال أننا نجد (راسل) نفسه قد ذهب عكس ذلك تماماً في تناوله الفلسفة الكاثوليكية وآبائها.

3 - كان حريّاً بـ(راسل) وهو يقدّم لكتابه أن يذكر لنا الميزان الذي يعتمده في ترتيب الأهمية والأولويات، وفي الوقت الذي لا نجد فيه مثل ذلك الميزان، نجده معتذراً ومبرّراً لما سيصيب كتابه من لوم الأخصائيين في دراسة الفلسفة[1]! وأما التبرير الذي أورده (راسل) في مقدّمة كتابه: باضطلاع رجل واحد في حصر جهوده في مؤلّف واحد، أو بالموازنة بين الإطناب الذي لا يحتمل والخلو من التفاصيل الذي يصيب الكتاب بالتفاهة والسّخافة[2]، فهو أمر لا ينتمي للموضوعية بعد تضمّن الدراسة لأحكام تعسّفية، وأخطاء منهجية، كمثل الارتجال في اعتبار الكندي أهم فلاسفة المسلمين!

4 - إذا صرفنا النظر عما تقدم فإننا نجد (راسل) قد عاد ليسجّل: "ومن بين الفلاسفة المسلمين فيلسوفان جديران بالاهتمام الخاص، أحدهما فارسي والآخر أسباني، وهما ابن سينا وابن رشد، وأولهما أشهر من زميله بين المسلمين، على أن ثانيهما أشهر من الأول بين المسيحيين"[3].

لستُ أدري هل ميزان (راسل) كان حاسماً في تحديد الأهمية ليقول تارةً عن الكندي: «الفيلسوف المهم الوحيد»، ثم يعود ليقول تارةً أخرى عن ابن سينا وابن رشد: «فيلسوفان جديران بالاهتمام الخاص»! أو أن دائرة الاستثناء تبقى مفتوحة بعد أن أعطانا (راسل) حكماً قاطعاً بالأهمية!

-5 قرّر (راسل) أن المسلمين عاجزون في "النشاط العقلي الضروري للابتكار"[4]، وأكد من جهة ثانية على أن المدنية الإسلامية أيام مجدها لم "تبيّن شيئاً من القدرة على التفكير التأملي المستقل في الأمور النظرية"[5]. وقفز ثالثةً مقارناً بين كونها محفّزاً وما أنتجته وهو الفلسفة الأسكولائية التي كانت فكراً جديداً أفضل من أي فكر أنتجه النقلةُ أنفسهم[6].

وفي الواقع إن البحث الجاد ينأى بالإنسان عن إعارة مثل هذه الأحكام المبتسرة والارتجالية

[1]-تاريخ الفلسفة الغربية 1: 9.
[2]-تاريخ الفلسفة الغربية 1: 11.
[3]-تاريخ الفلسفة الغربية 2: 187.
[4]-تاريخ الفلسفة الغربية 2: 192.
[5]-تاريخ الفلسفة الغربية 2: 192.
[6]-تاريخ الفلسفة الغربية 2: 192.

أي اهتمام، لوضوح انطلاقها من عقدة ونظرة استعلاء عنصري، ومشبعة برؤية استشراقية حاقدة. غير أننا مضطرون بحكم (التابو الثقافي) و(الانبهار) الذي تعيشه قطّاعات من الناس في الشرق إزاء هذه الأسماء وما تكتبه، أن نتعاطى معها بروح علمية، ونتنزّل عن سلّم الأولويات هنا لنناقش بهدوء ما تضمنته من إفك!

بدايةً نحتاج إلى التوقّف مليّاً عند مفردة الابتكار والمعني بها والتي اتخذها (راسل) شماعة للذمّ تارة والمديح أخرى، ثم نريد التعرّف إلى توفر الفلسفة الإسلامية على عناصر الإبداع والابتكار الأصيل، وثالثاً نريد أن لا يصادر علينا (راسل) فيجعل بعض الدعاوى كمقدمات مسلّمة، لنعرف هل كان الفكر المدرسي الأسكولائي يعتبر منتجاً وفكراً جديداً وأفضل من أي فكر أنتجه النقلة أنفسهم، كما ادعاه برتراند (راسل) من دون أن يقدم وثائق ومؤشرات على ذلك؟

بدهي أن مفردة الابتكار ضبابية مطاطية لا يعرف على وجه التحديد مقصود (راسل) منها، فماذا يعني أن نصف شخصاً أو منظومة فكرية بالإبداع؟ فهل الإبداع هو خلق الأفكار من العدم؟ أو هو التوفّر على أفكار السابقين وفهمها مع نقدها وتقويم ما يستحق التقويم منها وتتميم النواقص وإعادة صياغتها في مركب نظري متجانس يتجاوز الهفوات مع إبراز الشواهد والبراهين على جدارته؟

لا نتصور أن يراد بالإبداع خلق الأفكار من العدم، فالأفكار وفي كل المقاطع التاريخية التي عاشها الإنسان، تمثّل عملية تراكم في التجارب والمعطيات، وهكذا نزولاً إلى الإنسان الأول الذي كان ملهماً من السماء أو حصل الفكر عنده بقفزة تطورية كيفية!

وهل بإمكان شخص أن يتنكّر لكل التجارب السابقة عليه ويبدأ من الصفر ثم نصفه بالمبدع والمبتكر؟ إن مثل هذا الفرض غير متصور وغير عقلاني بالمرّة.

وإذا كان الإبداع يعني الجدة في الطرح وأنماط التدليل واكتشاف الخيوط المجهولة، بما يتضمنه ذلك من هضم للأفكار السابقة والاستفادة منها، ومن عناصر الصحة والإبداع فيها، فلا مبرر حينئذ لتوصيف فكر ما بالإبداع وجعله حكراً عليه فيما نبخس الحلقة الوسيطة من وصف الابتكار والإبداع على الرغم من وجود نفس العناصر فيه؟ إذ ما أكثر العناصر في الفلسفة الإسلامية والتي ينطبق عليها ذلك التوصيف حقيقة، وكما سنتعرف إلى ذلك في عنوان مستقل.

وأما بشأن الفكر المدرسي الأسكولائي، فنحن لا نريد هنا أن نبخس ذلك الفكر حقّه، ولكننا

جرياً مع طريقة (راسل) لا نوافق على توصيفه بالفكر الجديد والأفضل من أي فكر أنتجه النقلة، لأن المتابع للفلسفة الكاثوليكية (وهناك من يتحفظ على هذه التسمية) يعرف أنها تمثّل توليفة ومزجاً بين عناصر اليونانيين وعقائد الكنيسة، إضافة إلى معطيات دخيلة فيها مأخوذة من فلاسفة المسلمين.

على أن المستغرب جداً أن يصف (راسل) فلاسفة المسلمين أمثال ابن سينا وابن رشد بالشرّاح، وينأى عن توصيفهم بأصالة الفكر، بسبب إرجاع منظومتهم الفلسفية إلى العناصر اليونانية والإسكندرية والهندية والفارسية القديمة، ثم يأتي في ذات الوقت ويصف الفلسفة الأسكولائية بالفكر الجديد ويفضّله على فكر النقلة (المسلمين)، والحال أن نفس العناصر حاضرة بقوة في الأسكولائية، بل وتشترك مع فلسفة المسلمين في تعدد المواقف من البحث الفلسفي إلى حدّ المطابقة! فما مسوّغ أن توصف مرحلة الفلسفة الأسكولائية الأولى بأنها: «الفترة العظيمة»[1]!

وإذا جاز لـ(راسل) أن يصف الفلسفة الدينية عند المتصوّفة بكونها «مزيجاً من العقائد الفارسية القديمة»[2]، فهل يمكنه التغاضي عن التوجهات الغنوصية في الفلسفة المسيحية والتي ظهرت في القرون الأولى للمسيحية، وحاولت أن تمزج اللاهوت المسيحي بديانات الشرق القديم والأفلاطونية الجديدة بالفيثاغورية؟

إن مطالعة ما كتبه إتين جلسون (1884-1978) في روح الفلسفة المسيحية في العصر الوسيط، توقف القارئ المحترم على حقيقة ما قلناه، على الرغم من أن جلسون قد حاول جاهداً إثبات وجود فلسفة مسيحية. وبصرف النظر عن مدى اتفاقنا مع مساعيه، إلا أن ما نريد التأكيد عليه هنا يتمثّل في خطل الطريقة التي اتبعها (راسل)، وبيان ضحالة أحكامه وارتجالها وافتقادها للقراءة المتأنية، وافتقارها للشواهد المقنعة. ومما يؤسف له أن مثل هذه الطريقة قد انتقلت إلى بعض الأوساط في الشرق!

بل إن جلسون قد نقل لنا في مفتتح كتابه تصوراً شائعاً في عالم الغرب يُقرّر: «بالغاً ما بلغت عظمة ما أنجزته العصور الوسطى في ميدان الأدب والفن، فإنها لم تفعل شيئاً قط في ميدان الفلسفة لتستحق أن يطلق عليه اسمها، أعني أنه ليس ثمة ما يمكن أن نسميه بفلسفة العصر الوسيط، ومن ثم فإن محاولة تحديد روح هذه الفلسفة لا بد أن يعني أولاً أن يبدأ المرء بتقديم البراهين على

[1]-تاريخ الفلسفة الغربية 2: 8.
[2]-تاريخ الفلسفة الغربية 2: 191.

وجود مثل هذه الفلسفة أو التسليم بأنها لم توجد قط. ولقد وجدت نفسي- وأنا أحاول تحديد ماهيتها منقاداً إلى تحديد سمتها الأساسية بأنها فلسفة مسيحية- وجهاً لوجه أمام مشكلة لها نفس الصعوبة السابقة، على الرغم من أنها من مستوى مختلف تماماً، وهي: إننا إذا أنكرنا وجود فلسفة للعصر الوسيط فسوف تكون فكرة الفلسفة المسيحية نفسها فكرة مستحيلة، ولا بد عندئذ أن تنتهي هذه المحاضرات كلها إلى هذه النتيجة: إن الناس يسلّمون بما أنتجته العصور الوسطى من أدب مسيحي وفن مسيحي، لكن الفلسفة المسيحية موضوع نزاع وجدال..»[1].

وإذا كان التصور (الشائع) الذي ينقله جلسون يقرّر عدم وجود فلسفة في العصور الوسطى الأسكولائية، فأي قيمة يتمتع بها تفرّد (راسل) في إضفاء قيم المديح والتبجيل لها، وتوصيفها بالأفضلية والفكر الجديد الذي يفوق فكر النَقَلة؟! ألا تقضي بديهة العقل بإثبات العرش قبل النقش!.

نهاية الفلسفة الإسلامية

بعد أن تحدث (راسل) عن ابن سينا وابن رشد باقتضاب شديد لا يناسب ما قرره سالفاً من جدارتهما بالاهتمام الخاص! سجّل قائلاً بشأن نهاية الفلسفة عند المسلمين: «ولم يمض على ذلك وقت قصير [على إحراق كتب ابن رشد] حتى أخذت أرض المسلمين في أسبانيا تتقلّص بنسبة كبيرة أمام غزوات المسيحيين، فانتهت الفلسفة الإسلامية في أسبانيا بابن رشد، وطغت على بقية العالم الإسلامي موجة من التعصّب الجامد لأصول الدين، فانتهى بذلك التأمل الفكري»[2].

ثمّ سجّل بعد ذلك: «ليست الفلسفة العربية بذات خطر من حيث أصالة الفكر، فرجال كابن سينا وابن رشد لا يزيدون في جوهرهم على شرّاح، وإذا أطلقنا القول على وجه التعميم قلنا إن آراء الفلاسفة المصطبغين بقدر أوفر من الروح العلمية، مستمدة من أرسطو ومن أتباع الأفلاطونية الجديدة، في المنطق والميتافيزيقيا.. فقد كانت المدنية الإسلامية أيام مجدها تدعو إلى الإعجاب في الفنون وفي كثير من الأساليب الفنية، لكنها لم تبيّن شيئاً من القدرة على التفكير التأملي المستقل في الأمور النظرية، فأهميتها التي لا ينبغي أن يقلل من شأنها، هي أهمية الناقل، ذلك أن العصور المظلمة توسطت الطريق بين المدنية الأوربية القديمة والحديثة، فجاء المسلمون والبيزنطيون

[1]-روح الفلسفة المسيحية في العصر الوسيط، إتين جلسون: 18، ترجمة وتعليق: أ. د. إمام عبد الفتاح إمام، الهيئة المصرية العامة للكتاب، الطبعة الأولى 2011.

[2]-تاريخ الفلسفة الغربية 2: 189.

وعملوا- على الرغم من عجزهم في النشاط العقلي الضروري للابتكار- على صيانة جهاز المدنية، وهو التعليم والكتب والفراغ الذي يُقضى في تحصيل العلوم؛ وحفّز المسلمون والبيزنطيون كلاهما بلاد الغرب على النهوض بعد أن زالت عنها غمرة البرابرة، وكان حفز المسلمين إياها متركزاً أغلبه في القرن الثالث عشر، وحفز البيزنطيين لها مركزاً معظمه في القرن الخامس عشر؛ على أن الحافز في كلتا الحالتين أنتج فكراً جديداً أفضل من أي فكر أنتجه النقلة أنفسهم، فأنتج حافز المسلمين الفلسفة الأسكولائية، وأنتج حافز البيزنطيين النهضة التي كان لها أيضاً أسباب أخرى غير ذلك»[1].

لم يأت (راسل) في هذين النصّين على ذكر شيء جديد، وإنما تابع في ذلك رؤية المستشرقين الأوربيين ومؤرّخيهم في الانتقاص من شأن الفلسفة الإسلامية، انطلاقاً من عقدة العنصر والدم! ففي رأي صنف من المستشرقين أن العنصر السامي يمثّل تركيباً دنيئاً في الطبيعة البشرية، ومن ثم فهو غير مؤهل للإبداع والابتكار سيما في المجال الفلسفي الذي يحتاج إلى التوفّر على مستوى عقلي متطوّر! ولهذا نجد (راسل) في نصه المتقدم يؤكد: «على الرغم من عجزهم في النشاط العقلي الضّروري للابتكار»!

إن (راسل) في هذه الرؤية- وهو يسجّل لنا هذا النص- يمثّل حلقةً في سلسلة، فمن قبله سجّل هيغل (1770- 1831): «إن الشرق لم يشهد الفلسفة لأنه لم يعرف المفهوم»[2]. ونجد المستشرق الهولندي دي بور (1866- 1942) الأستاذ بجامعة أمستردام، قد سجّل ذات المعنى فيما يخص الفلسفة الإسلامية، بل وتحفّظ حتى على إطلاق تسمية الفلسفة الإسلامية[3]! وهكذا فعل المستشرق الفرنسي أرنست رينان (1823- 1892) في كتاب (ابن رُشد والرشدية)[4]، ومن بعده الفرنسي ليون جوتييه (1862- 1949). فكل هؤلاء المستشرقين ومعهم (راسل) ينطلقون من عقدة عنصرية في تحليلاتهم وتقويمهم للفلسفة الإسلامية، فضلاً عن اتباعهم للطريقة الإرجاعية، فينسبون كلّ ما لدى المسلمين من أفكار وفلسفة للعهدين اليوناني والهندي.

وحتى تتضح لنا قيمة أحكام برتراند (راسل) في هذين النصّين بشأن الفلسفة الإسلامية، وكيف أنها تعكس صورة ارتجالية مشوّهة مجانبة للصواب، نحتاج إلى التوقف عند أمور:

[1]-تاريخ الفلسفة الغربية 2: 191- 192.

[2]-النصّ والحقيقة (1)، نقد النصّ، علي حرب: 256- 257، المركز الثقافي العربي، الدار البيضاء- المغرب، الطبعة الرابعة، 2005.

[3]-تاريخ الفلسفة في الإسلام، ت. ج. دي بور: 54، نقله إلى العربية وعلّق عليه: د. محمد عبد الهادي أبو ريده، دار النهضة العربية، بيروت.

[4]-انظر: ابن رشد والرشدية، أرنست رينان، نقله إلى العربية: عادل زعيتر، دار إحياء الكتب العربية- القاهرة، 1957.

أولاً: هل كان ابن سينا شارحاً؟

سجّل لنا (راسل) في نصه المتقدم أن ابن سينا لا يزيد على كونه شارحاً ومتابعاً لأرسطو وفلسفته. وحتى نتعرّف نسبة صوابيّة هذه الدعوى، التي لا نشك في افتقادها المسوّغات الكافية، نقول:

لا ينكر أحد مكانة أرسطو طاليس في الفلسفة، فهو المعلم الأول الذي تتجه إليه الأنظار والذي سيطر على المعرفة لقرون. كما لا ننكر أن ابن سينا ظل وفيّاً لاتجاه أرسطو في المعرفة وفلسفة الوجود، وكان معجباً به واهتم بتراثه وشرحه، ولكن هذا الحب لم يحل دون الاختلاف معه ونقده والوقوف على مواضع قصور فلسفته وعامة رؤية المشائين، بل وتجاوزه والثورة عليه! فقد أعلم ابن سينا ثورته ضد أرسطو والمشائين في كتاب منطق المشرقيين وفي التعليقات على كتاب النفس وفي شرح حرف اللام ورسالة الكيا، وكذلك في الفصل الأول من مدخل الشفاء.

وفي خصوص منطق المشرقيين، فقد تحدث ابن سينا عن نفسه وكيف كان يقدم طوال الوقت فلسفتين: واحدة لجمهور (البُلّهِ) من الأرسطيين، وأخرى مشرقية للخاصة من تلاميذه، وقد عبّر ابن سينا عن موقفه من أرسطو وحدد منهجه الفكري في نصّ صريح لا لبس فيه ويمثّل في ذات الوقت وثيقة تاريخية مهمة في هذا المجال، إذ قال: «ولما كان المشتغلون بالعلم شديدي الاعتزاء إلى المشائين من اليونانيين كرهنا شق العصا ومخالفة لغة الجمهور، فانحزنا إليهم.. وأكملنا ما أرادوه وقصروا عنه.. فإن جهرنا بمخالفتهم ففي الشيء الذي يمكن الصبر عليه، وأما الكثير فقد غطّيناه بأغطية التغافل، فمن جملة ذلك ما كرهنا أن يقف الجهال مخالفة ما هو عندهم من الشهرة بحيث لا يشكّون فيه ويشكّون في النهار الواضح. وبعضه قد كان من الدقّة بحيث تعمش عنه عيون هؤلاء الذين في العصر.. أحببنا أن نجمع كتاباً يحتوي على أمهات العلم الحق الذي استنبطه من نظر كثيراً وفكّر مليّاً، ولم يكن من جودة الحدس بعيداً.. وما جمعنا هذا الكتاب لنظهره إلا لأنفسنا- أعني الذين يقومون منا مقام أنفسنا- وأما العامة من مزاولي هذا الشأن فقد أعطيناهم في كتاب الشّفاء ما هو كثير لهم وفوق حاجتهم، وسنعطيهم في اللواحق ما يصلح لهم زيادة على ما أخذوه»[1].

ويبدو أن (راسل) قد اعتمد على كتاب الشفاء فأدلى بدلوه! وإن كنتُ أشكّ في اطّلاعه عليه!

فضلاً عن ذلك، فقد تصدى ابن سينا للمحاكمة بين المشائين وسائر الفلاسفة في كتاب

[1]-منطق المشرقيين، ابن سينا: 2-4، دراسة وتقديم: المستشرق البارون كرّادي فو، بيت الورّاق للنشر، الطبعة الأولى، 2010.

الإنصاف، وقد ظهرت نتيجة تلك المحاكمة في كتاب (الإشارات والتنبيهات) الذي يمثّل التحول الفكري والتطور الفلسفي عند ابن سينا، والذي نحسب أن (راسل) لم يطّلع عليه!

فمن الغريب كلّ الغرابة أن يسجل لنا (راسل) أن ابن سينا لا يزيد على كونه شارحاً لأرسطو، فكأنه أطلق هذا الحكم من دون إطلاع على تراث الرجل وسائر نظرياته وما قاله من أفكار. ولو أن (راسل) كان قد حرّر نفسه من الأغراض الخاصة والرؤية المسبقة، والنزعة الإرجاعية وعقدة العرق والعنصر، وقارن بين ابن سينا والفلسفة الأسكولائية التي اعتبرها منجزاً وفكراً جديداً في دنيا الغرب، لما سجّل ذلك الحكم الجائر بحق ابن سينا، بل لوجد أن حكمه يصدق في حق الفلاسفة المدرسيين الأسكولائيين ولا يصدق بحق ابن سينا.

لا نريد لهذه المقالة أن تفيض في هذه النقطة لاحتياجها إلى دراسة تفصيلية مستوعبة ومقارنة بين أرسطو وابن سينا، تظهر مواطن اللقاء ومواطن الاختلاف، وتركّز على تظهير إبداعات ابن سينا ونقده ومخالفته أرسطو والمشائين.

ثانياً: ابن سينا والفلسفة الأسكولائية

من موارد الجهل بالتاريخ وصورة الفلسفة الإسلامية خصوصاً السينوية في امتدادها غرباً، والتي وقع فيها (راسل)، ما نصّ عليه من: أن ابن سينا لم يكن مهماً عند المسيحيين كأهمية ابن رشد وشهرته، وأن ابن سينا ظل في أوربا مرشداً في الطب من القرن الثاني عشر إلى القرن السابع عشر[1].

وحتى ندرك اشتباهات (راسل) نُقرّر:

شكَّل ابنُ سينا وآثاره الفلسفية وما أودعه فيها من أفكار مُلهِماً وأثراً بالغاً في الفلسفة الأسكولائية الوسيطة، والمتتبع للآثار الفلسفية المسيحية الأسكولائية يجد حضور ابن سينا في أبحاث المعرفة والوجود والنفس. وحتى نتعرف مراحل دخول ابن سينا وأفكاره إلى الفلسفة الأسكولائية أثبت نصّاً للآنسة (والفيري) جاء فيه:

"قد بدأ هؤلاء المترجمون في ترجمة الشفاء والقانون منذ النصف الثاني من القرن الثاني عشر. أما القانون.. فأما الشفاء فلم يترجم كله، وما ترجم منه إنما تدريجياً، فلم يترجم من المنطق إلا

[1]-تاريخ الفلسفة الغربية 2: 187- 188.

المدخل وأُهمل القسم الرياضي جميعه. وترجم معظم الطبيعيات، كما ترجمت الإلهيات كاملة. وأما الإشارات فلم يوجد منها إلا بعض فقرات وردت في كتاب (الدفاع عن الإيمان) لريمو تدوس حاريتنوس. وترجم أخيراً في القرن السادس عشر إلى اللاتينية أيضاً بعض رسائل ابن سينا ومن بينها رسالة الأضحوية»[1].

ونذكّر هنا ببعض العنوانات التي تناولت هذا الموضوع من جوانب متعددة؛ فقد كتب مالكولم بارها (أثر ابن سينا في عصر النهضة)، وكتب جواشون (فلسفة ابن سينا وأثرها في أوربا خلال القرون الوسطى)، وكتبت والفيري (ترجمة ابن سينا إلى اللاتينية وانتشارها في القرون الوسطى)، وكتب البارون كارادي فو (ابن سينا)، وكتبت زينب الخضيري (أثر ابن سينا في العصور الوسطى)، وكتابها الآخر (ابن سينا وتلاميذه اللاتين)، وكتب أحمد حسن الرحيم (ابن سينا حياته وتأثيره في الغرب)، وغيرها من الدراسات التي عنيت بهذا الجانب من الفلسفة الأسكولائية. وقد استندت كل هذه الدراسات إلى نصوص فلاسفة أوربا الأسكولائيين ومؤرخيهم ووثائقهم، وعاينت تأثير ابن سينا فيها. وبعد ذلك كله يأتي برتراند (راسل) لينفي بضرس قاطع أهمية ابن سينا في الفلسفة الوسطى الأوربية ويرى فيها طبيباً عند الأوربيين أكثر مما هو فيلسوف!

إن المعطيات التاريخية المتوافرة بين أيدينا، ونتائج الدراسات المتعددة، توقفنا على جهالة فجّة تتعلّق بحضور ابن سينا في الفلسفة الوسيطة بأوربا، إلى جانب ابن رشد والكندي والفارابي (-874 950). وكلّ تلك النصوص والمعطيات توقفنا على طبيعة الأحكام الارتجالية التي أطلقها السيد (راسل) فيما يخص هذا الشأن. ولنستمع هنا لما قرره ريتشارد سوذرن، إذا كتب قائلاً بهذا الشأن: «.. لن نبالغ إن قلنا إن عقود السنين ما بعد العام 1230م أدخلت تعديلاً أساسياً على اللاهوت والفكر الأوربيين الكلاسيكيين الذين اعتادوا على التفكير في نطاق مصطلحات ألفرد مارشال وكينز فجأة إلى لغة كارل ماركس ومصطلحاته، أو تحول السياسيين الأوربيين الليبراليين إلى لغة لينين وعالمه المصطلحي. وسأمضي قدماً في بيان ماهية التغيير المقصود من خلال مثل من اللاهوت الأوربي القديم.. وأمكن أخيراً تحديد المصدر الأساسي المحتمل للمسألة وهو يقع في نطاق دائرة ابن سينا التي بدأت تتسع وتكتسب أنصاراً في الغرب في العقود الثلاثة السابقة على العام 1241م.. بيد أن هذه الرؤية للمسألة وجدت قبولاً لدى بعض

[1]-ترجمة ابن سينا إلى اللاتينية وانتشارها في القرون الوسطى، والفيري: 343، القاهرة، 1952.

المفكرين الأوربيين في القرن الثالث عشر تحت تأثير ابن سينا المستجد»[1].

إن جهالة (راسل) برجال الثقافة والفلسفة الإسلامية، وعدم توفّره على إطلاع كاف لإطلاق الأحكام في هذا الشأن، أمر اعترف به (راسل) نفسه من دون أن يلتفت لذلك، فبعد أن تحدث عن الحضارة الفارسية وكونها موضع إعجاب من الوجهتين العقلية والفنية، نص على أنه لم يعرف منها سوى عمر الخيام! «ظلّت الحضارة الفارسية موضع إعجاب من الوجهتين العقلية والفنية، حتى جاءت غزوة المغول في القرن الثالث عشر فقضت عليها قضاءً لم تقم لها بعده قائمة، والرجل الوحيد الذي أعرفه هو عمر الخيام، كان شاعراً ورياضياً معاً، وقد أصلح التقويم سنة 1079. والعجيب أن أقرب أصدقائه إلى نفسه هو الرجل الذي أنشأ مذهب الحشاشين الذي اشتهر على ألسنة الرواة باسم شيخ الجبل..»[2].

يشعرك (راسل) وكأنه يتحدث في (مقهى شعبي)، وليس بصدد كتابة تاريخ فلسفة أمّة من الأمم والحديث عن ثقافتها، فتراه يتطرق لأمور لا ترتبط من قريب أو بعيد بموضوع البحث!

وفي واقع الحال إن النص الذي كتبه (راسل) في هذا الفصل، نص مرتبك مشوّش تعوزه الدقة والاطلاع والمصادر، فأفضى ذلك إلى جنايات متعددة، توزّعت بين اختزال ثقافة وفلسفة المسلمين في ثلاث عشرة صفحة! وبين خلو تلك الصفحات من الإرجاع لمصدر من مصادر المسلمين في تقرير تلك الأحكام وما نسبه في كلماته، وعلى خلاف ما فعله في سائر فصول كتابه!

لقد رصدت الدراسات الرصينة الحضور المبكّر لابن سينا في الفكر الغربي بشكل كبير، وكون ذلك الحضور في الفكر المسيحي كان بوصفه مفكراً لا شارحاً، واستمر حضوره ليشكّل لحمة مع ذلك الفكر. واعتمدت تلك الدراسات على المصادر اللاتينية والغربية بالأساس[3].

ومن شواهد الحضور السينوي والإقبال على ابن سينا ومؤلفاته في الغرب المسيحي (الأسكولائي)، أن عدد المخطوطات اللاتينية لمؤلفاته بلغ مئة وأربعة وعشرين، منها خمسة وأربعون لكتاب النفس. ويعد هذا العدد ضخماً للغاية إذا ما وضعنا في الاعتبار احتمالية أن عدداً آخر من المخطوطات إما ضاع أو تلف[4].

---

[1]-صورة الإسلام في أوربا في القرون الوسطى، ريتشارد سوذرن: 97-98، ترجمة: د. رضوان السيد، دار المدار الإسلامي، الطبعة الثانية 2006.
[2]-تاريخ الفلسفة الغربية 2: 186.
[3]-ابن سينا وتلامذته اللاتين، زينب محمود الخضيري، مكتبة الخانجي- القاهرة، الطبعة الأولى، 1986.
[4]-ابن سينا وتلاميذه اللاتين: 29- 31.

هل كان المسلمون مجرّد شارحين؟

سار (برتراند راسل) على وفق الرؤية الاستشراقية في اعتبار الفلسفة الإسلامية مجرّد واسطة بين المدنية الأوربية القديمة والحديثة، وإذا ما جاز لنا التعبير فإن الاهتمام الذي وصف به (راسل) الفلسفة الإسلامية كونها واسطة وناقلة، واهتمام سائر المستشرقين بهذه الفلسفة، ينطلق من محاولة التعرف إلى بدايات الفلسفة الأوربية، والتوقف عند أدوارها المتعدّدة، والجغرافيا المختلفة التي حلّت فيها.

وفي الواقع إن هذه العُقدة حاضرة بشكل واضح في أحكام (برتراند راسل)، ولم يستطع- بكل ما يدعيه من تحرّر فكري وموضوعيّة- أن يفلُت من آسارها، وأن ينصف الفلسفة الإسلامية ورجالاتها وإن بحظ يسير. وإذا لم نستغرب من باحث غربي أن تستحكم عليه هذه الرؤية، ويتابع سلفه من المستشرقين، فالمستغرب جداً أن يكرّر بعض الكتاب في ديارنا تلك الرؤية، ويتلقّفوا تلك الأحكام الارتجالية الجاهزة كحقائق تاريخية مسلّمة، وينسجوا على منوالها. وهل يمكن بعد ذلك لباحث أن يدعي معرفته بإسهامات فلاسفة المسلمين، وهو يخضع للرؤية التي تنظر للفلسفة الإسلامية كانتقالة جغرافية مؤقتة للفلسفة الأوربية!

الآن نريد أن نتعرّف بشكل سريع هل كان فلاسفة المسلمين مجرّد شارحين؟ أو أنهم أبدعوا نسقاً خاصاً في الفلسفة بعد إحاطتهم بما ورثوه عن اليونانيين؟ وما مقدار ما أضافوه لتلك الفلسفة الموروثة؟

ذكر الباحث الثّبت الفيلسوف العلامة الطباطبائي (1904- 1981) أن المسائل التي ورثها الفلاسفة المسلمون من مدرسة أثنيا والإسكندرية قد بلغت حوالي (200) مئتي مسألة في حدها الأعلى، بينما يتشكل الرصيد الفعلي للفلسفة الإسلامية، لا سيما في دورة مدرسة صدر الدين الشيرازي (1572- 1640)، من حوالي (700) سبعمائة مسألة[1].

إن هذا التفاوت بين مسائل الفلسفة الموروثة ومسائل الفلسفة الإسلامية في مدرسة صدر الدين الشيرازي (500 مسألة)، له دلالات مهمة جداً، فهو يؤشر بشكل واضح على مديات الإبداع الفلسفي عند فلاسفة المسلمين. بل إن المراجعة المتأنية والدقيقة لما كتبه فلاسفة المسلمين في موسوعاتهم الفلسفية، توقفنا على أن مئتي مسألة ورثوها من اليونان قد خضعت بدورها للتطوير

[1]-إطلالة على حياة صدر الدين الشيرازي ومنهجه الفلسفي، السيد محمد حسين الطباطبائي، ترجمة: السيد عمار أبو رغيف، منشور ضمن مجموعة: دراسات في الحكمة والمنهج: 261- 262، دار الفقه للطباعة والنشر، الطبعة الأولى، 1426هـ.

وإعادة الإنتاج في ضوء نسق جديد. وقد جعل الأستاذ الشهيد مطهري (-1919 1979) مسائل الفلسفة الإسلامية في أربعة أنحاء:

1. المسائل التي بقيت على صورتها الأولى تقريباً، ولم يحدث فيها أي تصرّف وتغيير وتكميل.

2. المسائل التي أكملها الفلاسفة الإسلاميون، ولكن إكمالهم كان بتثبيت أسسها وترسيخ استدلالاتها، بتغيير شكل البرهان، أو إضافة براهين أخرى.

3. المسائل التي ظلّت على عنوانها السابق، ولكن محتواها تغيّر كلياً، وأضحت شيئاً آخر.

4. المسائل التي طرحت ابتداءً في العصر الإسلامي، وهي جديدة، في عنوانها ومحتواها.

وفي الواقع إن متابعة هذا البحث بشكل تفصيلي يتطلّب دراسة خاصة تلاحق تطور البحث المنطقي والفلسفي في الإسلام، يلاحظ فيها المنطق والفلسفة، يتحدد في ضوئها ما هو ميراث يوناني، وما جاء إضافة عليه من تقويم وتصحيح وتكميل، ثم يتم التركيز على المسائل التي طرحت ابتداءً في الدورة الإسلامية مضموناً وعنواناً، والتي تشكل شواهد إبداع فلاسفة المسلمين. ومن دون شك، فإن دراسة من هذا القبيل كفيلة بالكشف عن حقائق كثيرة جداً، ومما يؤسف له عدم توفر دراسة تعنى بهذا الجانب حتى كتابة هذه الأسطر.

وهنا لا بد من الاعتراف بوجود تقصير كبير عند المهتمين والمشتغلين بالبحث العقلي (منطق / فلسفة) في أوساطنا العلمية، يرتبط بالعناية ببحث تاريخ العلوم والمسائل، والتتبع التاريخي لكل مسألة ومبدئها وتطوراتها، سِوى خطوات أولية مهمة اضطلع بها الأستاذ العلامة مطهّري[1]، لكنها تحتاج إلى متابعة وجهود جماعية مؤسّساتية.

ويمكن هنا على سبيل الإشارة التذكير بمسائل تعتبر من إبداعات فلاسفة المسلمين في الفلسفة والمنطق، كما أوردها الأستاذ مطهّري:

في الفلسفة: أصالة الواقع والوجود، وحدة الوجود، الوجود الذهني، امتناع إعادة المعدوم، الوجود الفقري ومناط احتياج الشيء إلى العلة، مسألة الجعل، اعتبارات الماهية، المعقولات الثانية الفلسفية، بعض أقسام التقدم، أقسام الحدوث، بعض أقسام الوحدة والكثرة، أنواع الضرورة والامتناع والإمكان، الحركة الجوهرية، تجرّد النفوس الحيوانية، التجرد البرزخي للنفس الإنسانية

[1]-محاضرات في الفلسفة الإسلامية، مرتضى المطهري، نقله إلى العربية: عبد الجبار الرفاعي، دار الكتاب الإسلامي، الطبعة الثانية، 2003، وفي الأصل الفارسي صدرت بعنوان: مقالات فلسفى.

مضافاً إلى التجرّد العقلي، النفس جسمانية الحدوث روحانية البقاء، الفاعلية بالتسخير، وحدة النفس والبدن، تحقيق نحو تركب المادة والصورة، الوحدة في كثرة قوى النفس، المعاد الجسماني البرزخي، كون الزمان بعداً رابعاً، قاعدة بسيط الحقيقة، العلم الإجمالي في عين الكشف التفصيلي لواجب الوجود، اتحاد العاقل والمعقول، تحقيق نحو العلاقة بين الحادث والقديم، برهان الصديقين، تجرد قوة الخيال، تحقيق حقيقة الإبصار وسائر الإدراكات الحسية. وغيرها.

في المنطق فمنها: تقسيم العلم إلى تصور وتصديق، اعتبارات القضايا، تقسيم القضية إلى خارجية وذهنية وحقيقية، تكثير الموجهات، تقسيم القياس إلى اقتراني واستثنائي، بيان نحو آخر من عكس النقيض، تفكيك القضية معدولة الطرف عن القضية السالبة الطرف[1].

إن هذه العيّنة من المسائل التي أبدعها فلاسفة المسلمين، شكلاً ومضموناً، مؤشّر على تهافت المقولة التي كرّرها (راسل) تبعاً لنهج جملة من المستشرقين، والتي تقرّر نفي الأصالة والإبداع والابتكار عن الفلسفة الإسلامية، وتصرّ على وَسم هذه الفلسفة بالشارحة تارة، والاسترجاعية للفلسفة اليونانية، تارة أخرى، وتجهل أو تتجاهل النشاط العقلي الإسلامي المبدع.

[1]-محاضرات في الفلسفة الإسلامية: 58-78، الفلسفة الإسلامية قبل صدر المتألهين.

هذا الباب

يُعنى بإعادة تظهير المفاهيم والمصطلحات التي تشكل بجملتها مفاتيح معرفية للفكر العالمي المعاصر وإبرازها.

كما تهدف موضوعاته إلى التعرّف إلى التحولات التي طرأت على الحركة المعرفية حيال هذه المفاهيم؛ وكذلك المجادلات التي جرت حولها، وأثر ذلك في اتجاهات المدارس الفكرية والفلسفية وطريقة تعاملها مع كل مفهوم أومصطلح يدخل في حقول استخداماتها.

عالم المفاهيم

علم الإعلام

ميروسلاف تودغمان، نيفس ميكلك

مواقع التواصل الاجتماعي

عرض لمعاني المفاتيح الاصطلاحية

علم الإعلام

كيف نميز المعلومات الخاطئة من المعلومات المضللة؟

ميروسلاف تودغمان، نيفس ميكلك، Miroslav Tudjman and Nives Mikelic [*]

يسعى المشاركون في عمليات التواصل التفاعلية (خاصة في وسائل الإعلام التفاعلية (WWW) إلى تغيير مقاصدهم، وأهدافهم، وقراراتهم وأفعالهم – وكذلك مقاصد المشاركين الآخرين في عملية التواصل وأهدافهم وقراراتهم وأفعالهم. لذلك تتأثر سلامة المعلومات: حيث تظهر التغيرات على شكل أخطاء تقنية دلالية واجتماعية وتؤدي لإيجاد المعلومات information، والمعلومات الخاطئة misinformation، والمعلومات المضللة disinformation، التي تصبح مسائل مقبولة ومفيدة في علم المعلومات.

هذه المقالة المشتركة للأستاذين الباحثين في علم المعلوماتية من جامعة زغرب ـ كرواتيا ميروسلاف تودغمان ونيفس ميكليك تضيء على الكيفية التي يستطيع فيها المستخدم تمييز المعلومات الصائبة من المعلومات المضللة في عالم الميديا.

المحرر

كان لكتابات المنظّر البارز رافائيل كابورو Rafael Capurro العلمية أهمية كبرى في فهم إبستيمولوجيا علم المعلومات (Capurro, 1978, 1985, 1992, 2000). فقد ختم تحليله أسّس علم المعلومات Foundations of Information Science بالكلمات الآتية: "يدرس علم المعلومات، الذي يفهم كحقل بلاغي ـ هرمنيوطيقي الأبعاد البراغماتية السياقية التي تتشارك فيها المعرفة إيجاباً،

---

*ـ باحثان في علم المعلوماتية من جامعة زغرب كرواتيا ـ **University of Zagreb, Zagreb, Croatia**

ـ العنوان الأصلي للمقال:

Information Science: Science about Information, Misinformation and Disinformation

ـ ترجمة: طارق عسيلي ـ مراجعة: إبراهيم الموسوي.

بوصفها معلومات، وسلباً،بوصفها معلومات خاطئة خصوصاً من خلال أشكال الاتصال التقنية (Cappuro, 2000). هذه إحدى الاستنتاجات من تحليلاته المرتكزة على المواقف التي تقول إن المعلومات في جوهرها مرتبطة ببنية الفهم الإنساني. أما علم الهرمنيوطيقا، فهو على عكس ذلك، يبيّن النظرة الشمولية للعلاقات بين الإنسان والعالم. إنها مقاربة اجتماعية كما هي براغماتية، فالناس ليسوا جواهر فردة معزولة. وعليه لا يوجد دائرة خاصة أو ذاتية، معزولة عن الدائرة الموضوعية. "إن المعلومات، بالمعنى الوجودي ـ الهرمنيوطيقي وسيلة للمشاركة الموضوعية والموقعية في عالم مشترك». (Cappuro 2000,). يرى كبورو Cappuro، أن المعلومات ليست نتاجاً نهائياً للعرض، وأنها ليست شيئاً يبث من ذهن إلى آخر. والمعلومات ليست شيئاً مفصولاً عن الذاتية المنطوية، بل هي البعد المؤسس "لوجودنا في العالم مع الآخرين." (Cappuro, 2000).

لا نريد الخوض في نقاش حول طبيعة المعلومات. فأطروحة كبورو أن علم المعلومات هو العلم عن المعلومات والمعلومات الخاطئة هي الدافع فحسب. نريد أن نناقش الأطروحة القائلة إن علم المعلومات يدرس المعلومات والمعلومات الخاطئة. فهل المعلومات الخاطئة أو/ و المعلومات المضللة موجودة فعلاً كموضوع لتوثيق المعلومات؟ وهل المعلومات الخاطئة والمعلومات المضللة هي ما ندرسه في الأنظمة المعلوماتية، وقواعد البيانات؟ وكيف يمكننا أن نميّز نظرياً المعلومات عن المعلومات الخاطئة، أو المعلومات عن المعلومات المضللة؟ وإذا كانت الملاءمة هي مقياس الصلاحية في عملية الاتصال، فكيف يمكننا أن نقيس (لا) جودة المعلومات، والمعلومات الخاطئة والمعلومات المضللة في نفس العملية؟

تحديد المصطلحات

رأى كوبيرو في مقالته أن لكلمة معلومات information في بريطانيا عدداً من المعاني، في المقابل لا يوجد تقريباً إشارات لصيغها السلبية، أي إلى معنى misinformation المعلومات الخاطئة. في حين أشار شرادر Schrader إلى الصيغة السلبية misinformation المعلومات الخاطئة، ومشتقاتها: «الأكاذيب، الترويج، التحريف، الإشاعة، التضليل، الهذيان، الخداع، الخطأ، التمويه، التشويه، التزيين، التعريض، الكيد» (Cappuro, 2000).

قد لا تكون الصيغة السلبية لمفردة معلومات موجودة في اللغة الكرواتية. توجد بعض الكلمات الأجنبية والتعابير الجديدة، لكن لا يوجد تعبير معتمد يقابل كلمة misinformation. فكلمة misinformation تترجم إلى معلومات خاطئة (pogrešna obavijest.Bujas, 1999).

ويُستعمل التعبير الإنكليزي misinformation مكان المعلومات الخاطئة، و / أو المعلومات المضللة. إذ إن المعلومات الخاطئة Misinformation لا تصدر بالضرورة بقصد خداع المستعمل أو تضليله، على الرغم مما جاء في بعض القواميس المتخصصة (مثلاً في مصطلحات ال FBI من أن المعلومات الخاطئة misinformation هي المعلومات information (التي تعدّها بعض أجهزة المخابرات بهدف تضليل ثقة الأفراد والمنظمات أو الحكومات وخداعها وإفسادها» (1990 ,B.W. Watson).

من جهة أخرى، فإن التضليل Disinformation هو " المعلومات الخاطئة عن قصد التي يهدف مزود المعلومات من خلالها إلى إيذاء المتلقي؛ والحض على فعل الشر، والخداع.» (.Klaic, 1978).

يعود أصل كلمة Disinformation الإنكليزية إلى أصل روسي (dezinformatsiya) وهي تستعمل بمعنى المعلومات المزيفة عمداً التي تصدر من حكومة إلى أخرى أو للعامة. وتعرّف أجهزة المخابرات التضليل disinformation بطريقة مشابهة: «يستعمل المصطلح في العمليات السرية والمخابراتية المغطاة لتوصيف الأدلة الزائفة أو المحرفة التي تستعمل لتشويه سمعة الخصم». (B.W.Watson, 1990).

نقترح استعمال المصطلحات الآتية باللغة الكرواتية pogrešna obavijest لـ misinformation (معلومات خاطئة) و protuobavijest (معلومات مضادة) لـ disinformation.

المعلومات الخاطئة Misinformation هي معلومات مزعومة وليست بالضرورة موجهة من المستعمل عن قصد للتضليل. ومرادفاتها pseudoinformation و quasiinformation يمكن أن تستعمل أيضاً لنفس الغاية. ففي الكلمات المركّبة، إن السابقة pseudo (التي تعني "كاذب" باليونانية) تعني المزيف، الشبيه، المدّعى، الزور، المشكوك فيه، الشيء المصطنع. أما السابقة quasi قبل الكلمة فإنها تعني "كما لو" "مدّعى"، «مفترض» (Klaic, 1978.).

لهذا فإن عبارة misinformation (المعلومات الخاطئة) يمكن أن تستعمل بمعنى المعلومات غير الصحيحة، وغير الدقيقة، والمحرّفة، والزعومة.

أما عبارة Disinformation فإنها تعني المعلومات الخاطئة البديلة التي تهدف إلى تضليل المستعمل. حيث يتمّ توجيه المعطيات المزية وغير الدقيقة للخصم قصدياً بدل المعلومات

الصحيحة. ويرى دحوردجفيك Djordjevic أن disinformation هي المعلومات الكاذبة أو المعطيات غير الدقيقة. ويمكن أن تكون أخباراً ملفقة، وأخباراً محرّفة جزئياً أو غير دقيقة، ويستعمل هذا المصطلح إذا كانت الرسالة مرتكزة على معطيات متناقضة عن الظروف الحقيقية، وإذا كانت مقبولة من الذي توجه إليهم (Djordjevic 1960). أما مرادفات disinformation فهي المعلومات المقابلة، والمعلومات المعاكسة، والمعلومات المضادة. فالدعاية ليست disinformation كما لا يمكن تصنيفها في خانة الـ misinformation، على الرغم من أن بعض المؤلفين يدرجونها في الصيغ السلبية للمعلومات (Cappuro, 2000)، أما العلاقات والفروقات بين الـ misinformation، والدعاية والـ disinformation فيجب البحث عنها على المستوى النظري لا على المستوى الدلالي.

نبدأ من فرضية أن الـ misinformation، والدعاية والـ disinformation هي نتائج للمعالجة العرضية أو القصدية للتعامل مع المعلومات في العملية التواصلية. ففي عملية التواصل، يتمّ تبادل المعلومات بين المرسِل والمرسَل إليه. والـ Misinformation تسبق إفساد سلامة المعلومات في أثناء التواصل. والـ Disinformation تكون مسبوقة بالتلاعب بالمصادر، أي تكون نتيجة التلاعب بصحة نسبة المعطيات إلى مؤلفها الحقيقي. أما الدعاية فهي على عكس ذلك تهدف إلى التلاعب بمواقف المستعمل أي تهدف إلى التأثير في اهتمامات المستعمل.

معيار التمييز بين Information و Misinformation و Disinformation

لم تكن مصطلحات Information و misinformation و disinformation موضوعاً للبحث النظري في علم المعلومات إلا حديثاً. فاليوم، لا يقدم الإنترنت والمواقع الالكترونية معلومات موثوقة وحديثة فحسب، بل تقدم أيضاً معلومات مضللة ومخادعة. ولذلك، يلزم استعادة معيار التمييز بين الـ information و misinformation و disinformation وخصوصاً على الإنترنت.

يقدم د. تاركزا D. Tarcza وأ. بوكر A. Buker المعيار التالي لتمييز المواقع الإلكترونية التي تزود بالـ Information و Misinformation و Disinformation:

المواقع المعلوماتية تعرض المعلومات الواقعية. فهي تكشف عن المؤلف، وتشير إلى مصدر المعلومة وصاحبها، ومعلوماتها ذات مصداقية: هذه المعلومات دقيقة، وخالية من الأخطاء أو الذاتيات، وهي حديثة تماماً.

Misinformations تجلب الحيرة والفوضى لأنها محرفة، معاكسة للمعلومات السابقة أو معدّلة في العملية التواصلية، و Misinformation تحمل أخطاء ومعلومات ذاتية منتهية الصلاحية. وهي لا تكون دائماً محاولة مقصودة للإقناع بالخطأ، لأنها تعبّر عن وجهات نظر يمكن أن تكون غارقة في الذاتية.

Disinformations تريد التضليل قصداً، وتخدع، وتغش. فالمؤلف الفعلي غير واضح. ولا يوجد جهة اتصال، ولا يوجد مرجعية فعلية لمصدر المعلومات، لا تاريخ لكتابتها ولا تحديث، ولا تعريف بمؤلفها.

كما قدم د. تاركزا D. Tarcza و أ. بوكر A. Buker (2001) المعايير الخمسة الآتية لتقييم المعلومات على الشبكة:

المصدر.

الدقة.

الموضوعية.

التداول.

التغطية.

لا يقدم د. تاركزا D. Tarcza و أ. بوكر A. Buker في بحثهما تفسيراً نظرياً لتصنيفهما. لذلك فإن تصنيفهما، الذي يتبع المعايير المذكورة أعلاه، هو تصنيف براغماتي وبياني بالدرجة الأولى.

(الجدول رقم 1: تصنيفات ناتجة عن تلخيص أطروحتهما).

	السند	الدقة		التداول	التغطية
	المؤلفون والرعاة معروفون: إضافة إلى ذلك هناك عنوان لجهة الاتصال وحتى تحذير من انتهاك حقوق الطبع.	تضم المعلومات معطيات واقعية: تعرض المعطيات بطريقة تسمح بالتأكد من صحتها.		المعطيات حول مصدر المعلومات، وزمانها ومكان صدورها، وتحديثها تامة.	وظائف التواصل: يوجد عناوين لجهات الاتصال والروابط بالمواقع الأخرى أو صفحات الانترنت.
	ليس واضحاً من راعي الموقع، من يملكه أو من هو المؤلف.	ليس للمعلومات دليل خاص حول المعطيات المقدمة: ولا يمكن فحص المعطيات.		المعطيات عن مصدر المعلومات، وزمان صدورها ومكانه غير تام وقديمة.	وظائف التواصل؛ هناك جهات اتصال وروابط بمواقع أخرى (صفحات إلكترونية) لكنها تكون ناقصة أحياناً.

	المؤلف الحقيقي للموقع مجهول ولا يوجد جهة اتصال.	لا تضم المعلومات حقائق واقعية مثبتة، تضم المعلومات معطيات غير دقيقة وكاذبة.		المعطيات حول مصدر المعلومات وزمان مصدرها ومكانه غير موجودة أو لا يتم تحديثها.	التواصل لا يؤدي وظيفته؛ التفاعل المستقبلي مع الموقع غير واضح.

حول سلامة المعلومات

ينبغي أن يبدأ التفسير النظري لسلامة المعلومات بتصنيف العملية التي يتم فيها تبادل المعلومات بين المرسِل والمتلقي. تبدأ المكتبة القياسية، والتوثيق ونظريات المعلومات بافتراض أن المعلومات (المعطيات، الوثائق) يجب أن تبدأ من المصدر، تبث وتعالج وتخزن، ثم توزع على المستخدمين (T.Saracevic, J.B.Wood (1981 M.Buckland (1994).

لكن حتى قبل تأسيس علم المعلومات بوقت طويل، كان معروفاً أن الأبعاد الرمزية والدلالية والبراغماتية تشير إلى اكتمال المعلومات. كما أن هذا القسم يقبل التطبيق في نظرية المعلومات الرياضية لـ س. شانون C. Shannon و و. ويفر W. Weaver (1949) اللذين شددا على أنهما غير مهتمين بالبعد البراغماتي أو الدلالي للمعلومات، بل فقط بنقل الإشارة من المصدر إلى هدفها. بعد هذا الموقف، يتمّ اختزال تمامية المعلومات في علم الكمبيوتر والمعلوماتية إلى بعد تقني فقط: بث الإشارات، أي معالجة المعلومات من دون أي تعمق في المعاني البراغماتية والدلالية.

نظرياً، توجد مجموعة من المحاولات لتعريف سلامة المعلومات، فقد سعى فوخس Fuchs وهوفكرشنر Hofkirchner لتعريف توحيد نظرية المعلومات (Unify Theory of Information UTI Fuchs, C., Hofkirchener, W., 2002) وذلك استكمالاً من الأطروحة القائلة يجب التمييز في عملية تطور المعلومة المفردة بين المعطيات، والمعارف، والحِكم؛ أي إن المعطيات تتشكل على أساس التلقي المفرد. والمعطيات هي نقطة الانطلاق لتشكيل المعرفة اللازمة للتقييم وصنع القرار. أو بتعبير آخر، للحكمة. وقد جاء في توحيد نظرية المعلومات، أن المعرفة تكون دائماً متصلة بالعالم الخارجي : فالذات تقرر دائماً وفقاً للأحداث والظروف المحيطة بها. المعلومة

الواحدة هي المعلومة التامة، ولها ثلاثة مستويات، البيانات، المعارف، والحِكم.

على المستوى الأول، تدرك الإشارات من المحيط، فالإدراك هو الفعل الذي يشتمل على تلقي الإشارة وفهمها: الوحدة الجديدة تسمى بيانات data.

على المستوى الثاني، تفسر المعطيات، أي يضاف معنى للمعطيات وتتشكل المعرفة. فالتفسير هو عملية الفصل بين الإسقاط والاستدماج. تطبّق المعرفة الموجودة على المعطيات بالإسقاط، بمعنى إسقاط النسق على الحقيقة. أما في الاستدماج، فيتم تفسير المعطيات الجديدة وفقاً لعلاقتها ببنية المعلومات الموجودة التي تنشأ عنها بنية المعرفة الجديدة. وبتعبير آخر، يستدمج النسق الواقع في بنيته. والإسقاط والاستدماج هما مثيران لامتناهيان للمعرفة. لذا يمكن القول إن البيئة لا يمكن أبداً أن تحدد المعرفة بالكامل. ولكن المعرفة أيضاً لا تتشكل بالكامل بشكل مستقل. ولا هي تتشكل من البيئة بالكامل. فالمعرفة هي نتيجة تفسير المعطيات وهذه العملية تشتمل على تجربة وحقائق.

على المستوى الثالث، تضع الذات المعرفة في سياق خاص بأهدافها، وتقيّم المعرفة على أساس المعلومة الواحدة التي تحتوي على قيم، ومعايير، وقواعد، وآراء، وأفكار، ومعتقدات. تبدأ هذه العملية في حال اضطرار الذات للتصرف من أجل حل المشكلة. وفي هذه الحالات، يتمّ تقييم العرفة ويضاف إليها المعنى. وتتألف عملية التقييم من وصف ونصح. الوصف هو تطبيق قواعد التقييم الموجودة في عملية حل المشكلة التي لا تتغير في أثنائها قيم الشخص ومعاييره. والنصح هو العملية التي تظهر في أثنائها التجارب والقيم والمعايير والقواعد والمعتقدات الجديدة عند الشخص.

يمكننا، وفقاً لتفسير Fuchs و Hofkirchner للمعلومة الواحدة، أن نستنتج ما يأتي:

المعطيات نتيجة لتلقي الإشارة التي تدخل إلى النسق وإدراكها.

تنتج المعرفة عن تفسير العلاقة بين موضوع المعرفة والإشارة.

يتحدد معنى المعلومة المفردة وقيمتها من خلال العلاقة بين الفعل (القرار) والمشكلة التي تواجهها الذات العارفة.

غير أن فوخس Fuchs وهوفكرشنر Hofkirchner يلفتان انتباهنا وبسبب مقنع إلى المعلومات الاجتماعية، التي تصدر عن النشاط الاجتماعي. والعلاقات الاجتماعية تتأسس في أثناء النشاط المتبادل لفردين فاعلين. إذ يعتقد أن التعاون الاجتماعي يحصل عندما تنشأ العلاقات الاجتماعية

والتفاعل الاجتماعي. لذا تعتبر المعايير والقيم والقواعد والقوانين التي تنشأ في أثناء العلاقات الاجتماعية معلومات اجتماعية لأن الأفراد مضطرون للاشتراك بالرأي نفسه من أجل تفسير الواقع وبنائه. وهذا يؤكد على أساس نشاطهما وتفاعلهما الاجتماعيين.

من هنا كان التأكيد الآتي، الذي قدمه فخس وهفكرشنر مهماً لتفسير سلامة المعلومات: «الفعل الاجتماعي ضروري، لكنه ليس شرطاً كافياً لتأسيس العلاقة الاجتماعية لأن العلاقة الاجتماعية لا يلزمها العلاقة بين العوامل: فالعامل الأول يمكن أن يرتبط بنشاط الثاني، لكن الثاني لا يحتاج للارتباط بنشاط الأول» (Fuchs, C., Hofkirchener, W., 2002).

والآن يمكننا العودة إلى التفسير النظري للفرق بين information, misinformation

و disinformation.

تتأكد سلامة المعلومات وفقاً لـ Unify Theory of Information من خلال وحدة المعطيات ومعنى المعلومات. والمعلومات المكتملة هنا، هي المعلومات التي تتلقى الإشارات بدقة وتدركها، ثم تفسر المعطيات بشكل صحيح وتطبق المعرفة قصداً من أجل حل المشكلة.

وقد يحصل تعطيل سلامة المعلومات على مستويات ثلاثة:

مستوى سلامة المعطيات.

مستوى سلامة المعنى.

مستوى صنع القرار.

في الحالة الأولى، يحصل خطأ في بث و/ أو تلقي الإشارة.

في الحالة الثانية، في أثناء التفسير، ثمة احتمال لنوعين من الأخطاء، إما أن تخطئ الإشارة في التوجه إلى الموضوع المعرفي، أو أنها توجه إلى موضوع معرفي خطأ.

في الحالة الثالثة، تنشأ علاقة خاطئة بين المعلومات والفعل، سواء أكانت تقديرات خاطئة قائمة على معلومات خاطئة misinformation و / أو على قرار خاطئ. واضح أن المستوى الثاني يتضمن المستوى الأول، في حين أن المستوى الثالث يتضمن الثاني والأول معاً. وعليه فإن المعطيات الخاطئة هي أساس التفسير الخاطئ، بينما يؤدي التفسر الخاطئ إلى تقييم خاطئ وقرارات خاطئة.

وإذا اخذنا بنظر الاعتبار سلامة ترابط المعلومات في أثناء عملية تشكيل المعطيات وصولاً

إلى المعنى وصنع القرار، فإن سلامة المعلومات تراعي المعلومات بشكل أساسي من وجهة نظر الوظيفة المعرفية. تفسر وحدة نظرية المعلومات Unify Theory of Information المعلومات باعتبارها نتيجة للأفعال المعرفية التي تشمل الإدراك والتفسير والتقييم.

لذلك أعلن أن إعاقة سلامة المعلومات هي:

الخطا التقني: الخطأ في نقل المعطيات أو خطأ في إدراك المعطيات. ينتج من الأخطاء التقنية معطيات خاطئة، أو بتعبير آخر misinformation.

الخطأ الدلالي: خطأ في إضافة المعنى أو خطأ في التفسير. فالمعاني الخاطئة تشكل misinformation وكذلك سوء فهم في العلاقات الاجتماعية. لهذا فقد تشكل الأخطاء الدلالية أساساً للتضليل disinformation.

الخطأ الاجتماعي ـ خطأ في تقييم المعلومات واستعمالها. فالمعطيات الخاطئة والتفسيرات الخاطئة تؤدي إلى تقدير خاطئ للمشكلة، وتحديد خاطئ للهدف، و / أو قرار وفعل خاطئ. لأن حصول الأخطاء في السلوك الاجتماعي وصنع القرار هو المهمة الأساسية والهدف الرئيس للتضليل disinformation.

لا يهم كيف يمكن لهذا التصنيف لسلامة المعلومات من وجهة نظر الوضيفة المعرفية، أن يساعد في فهم طبيعة information و misinformation و disinformation فهذه المقاربة لا توفر الإجابة التامة عن سؤال كيف ولماذا يمكن تشكيل misinformation و disinformation.

فلنرجع إلى الفروقات بين misinformation و disinformation (الجدول رقم2) كما قدمها (Tarcza and Buker (2001 نجد أن مصدر التضليل disinformation أو المناورة بالمعلومات لا يكون في العملية المعرفية، لكن في التلاعب بـ:

مصدر المعلومات: المصدر مجهول.

مؤلف المعلومات: المؤلف غير معلوم.

مرسل المعلومات: التواصل مع المرسل غير متاح.

بالتالي: نحن لا نسعى إلى الابتداء بـ misinformation و disinformation أولاً في العملية المعرفية بل في عملية التواصل. ولهذا، نعود إلى الأطروحات القائلة إن المعلومات نتاج رمزي

يتحدد بالوظيفة التواصلية والمعلومات والذاكرة (M. Tudjman, 1990, 1991).

والمعلومات كنتاج رمزي تتطور ككل لكن الوظائف الجزئية التي تشكلها مترابطة بشكل لا ينفصل. فالروابط المتداخلة الوظيفة والعلاقات ليست ثابتة، ولا أهمية لها وهي تافهة من وجهة نظر إدارة المعلومات. إن تغير الروابط المتداخلة تشكل الميزة الرئيسة ومضمون الحوسبة computerization وهذا يعني أنها تغير إدارة المعرفة الوظيفية (M. Tudjman, 1990, pp.120).

الجدول رقم 2: الفروقات الرئيسة بين misinformation and disinformation

	MISINFORMATION	DISINFROMATION
السلطة	راع غير محدد	المؤلف الحقيقي غير واضح
الدقة	لا يوجد أدلة واضحة على الحقائق	لا يتم التحقق من المعلومات بالوقائع
الموضوعية	وجهة نظر شخصية	لا يكشف عن المصادر الحقيقية
التداول	قديمة	المعلومات في وقت الابتداء أو التحديث مفقودة
التغطية	الوظيفة التواصلية جزئية	التفاعل غير ممكن

أشكال الاتصال ونماذج المعلومات

كانت المعرفة قبل ظهور الحاسوب تسجل على الشكل التناظري وكان النشر هو الوسيلة الإعلامية الوحيدة لتبادل المعارف. يستعمل مصطلح النشر بوصفه مصطلحاً شاملاً لكل أنواع المطبوعات (الرسائل العلمية، الدوريات، المطبوعات المتسلسلة إلخ.) وأيضاً لكل أنواع البحوث التي تحويها الطبوعات (المقالات، والمقابلات، والأبحاث، إلخ.). والمطبوعات تنقل المعرفة على شكل التناظري. أي على شكل السجل الثابت واللامتغير. لقد كانت المعرفة محدودة من خلال المطبوعة التي تستخدم كمنطقة ثابتة لتمثيل المعرفة. فلماذا كان الكتاب، أي المطبوعة، مرادفاً للمعرفة منذ غوتنبرغ Guttenberg ؟ لأن العملية المعرفية بأكملها، من الإدراك والعرض إلى تقييم المعرفة، متمثلة، ومحتواة، ومكتملة في المطبوعات. وكان المؤلف مسؤولاً عن إيجاد

مصادر البيانات، والتزويد بالأدلة واتخاذ القرارات. ليست المطبوعة إلا مضاعفة للوثيقة الأصلية. غير أنها تملك بعض الميكانيزمات الإضافية (الناشر، المحرر، ومجرو المقابلات، إلخ.) التي تقدم ضمانات لصدقية وموثوقية المعرفة، لكن وظيفة التواصل لا تؤثر في بنية المعرفة. لأن مهمة وظيفة التواصل هي مضاعفة المعرفة المسجلة بالطريقة التي يمكن أن توزع بها على أكبر عدد من المستعملين.

إن جمع المطبوعة ومعالجتها وتخزينها واستعمالها هو المهمة الوظيفية للتوثيق. وهذا يعني أن دورة حياة المعرفة التي تحويها المطبوعات تتحدد من خلال إيجاد المطبوعة وجمعها، ومعالجتها، وتخزينها واستخدامها.

ومن هنا فإن المطبوعات منتظمة في المكتبة أو مكانز توثيق المعلومات والمهمة الوظيفية للمعلومات هي تأكيد الوصول إلى المكنز أو إلى الموضوعات المكتبية الخاصة أو المادة التوثيقية. لكن تقييم المعلومات يعود إلى المستخدم حصراً، وإلى حاجاته وفطرته السليمة. فالمستخدم هو الذي يقيم المعلومات، بينما يؤكد كل نظام توثيق المعلومات فقط على انتقاء المطبوعات. لهذا فإن عمر المطبوعات مرتبط بقيمة استخدامها، أي عدد قروض المطبوعة في الوحدة الزمنية وليس بقيمتها المعرفية (C.Couture-J.J.Rousseau, 1987).

المطبوعة وسيلة تلقّ إعلامية (L.Floridi, 1996). والتغيير الجذري في إدارة المعرفة بدأ من خلال تقديم وسائل الإعلام الرقمية. سبق الإعلان عن هذا التغيير شانون Shanon وويفر Weaver في كتابهما (Mathematical theory of information (1949).

فقد شددا بوضوح على أنهما يتعاملان مع بث الإشارة فقط وليس مع البعد الدلالي والبراغماتي للمعلومة. يمكّن السجل الرقمي من فصل البيانات عن وسائل الإعلام، ومن نقلها من وسيلة إعلامية إلى أخرى، أو بتعبير آخر، تمكّن الوسيلة الرقمية المقاربة التفاعلية لمضمونها. أما نتيجة هذا التواصل التفاعلي فهي فصل البيانات عن معناها الأساسي. وبفضل الفرص الجديدة للتواصل التفاعلي، تضعف سلامة المعلومات الأولية. لا يعود هناك حق حصري لمؤلف المعلومات أو للمراقبة على عملية تشكيل المعرفة، أي عند عرضها، وشرحها وتقييمها. وهنا يصبح التفسير والتقييم ممكنين بالنسبة للمستخدم. لذا تكتسب المعلومات قيمة جديدة؛ أي تصبح ملائمة. كما تكتسب البيانات قيمة جديدة بالنسبة للمستخدم لأنها توضع في سياق جديد وتُعطى معنى جديداً. لكن الملاءمة تعرف بأنها «قياس الفاعلية في عملية التواصل» (Saracevic, 1975) أو بدقة أكثر،

الملاءمة قياس لوظيفة التواصل تماماً كما يكون الصدق مقياساً للوظيفة المعرفية.

بفضل وسائل الإعلام الرقمية وتكنولوجيا الاتصال عن بعد تحول السجل إلى نص قابل للنقل. يمكن أن تتراكم المعلومات الرقمية وتنتقى وتعالج وتعدل وتطبق وتستعمل في حاجات جديدة. ويصبح النص وسيلة قابلة للنقل وحاملة لمعان مختلفة كثيرة لديها رسالة معرفية أولية للمؤلف لكن بالنسبة للمؤلف تكتسب قيمة اتصال جديدة – تصبح المعلومات ملائمة لاستعمال مستقبلي ما.

غير أن المؤلف والمستخدم يتفاعلان مع البيانات، وتحديداً مع الجزء الأساسي من النصوص. وهذا يعني أنهما محكومان معاً بتفسير الإشارات التي يتبادلونها والتحقق منها. الأول من خلال تفصيل الرسالة (وظيفة المعلومات المعرفية)، والثاني من خلال فك رموز معناها (قيمة التواصل). وهذا يعني أن المعلومات المنتظمة في جسم النص (قواعد البيانات، أنظمة المعلومات، بنك البيانات، منظومات الخبراء، إلخ.) تحددها أساساً وسائل الإعلام الرقمية والمقاربة التفاعلية.

لقد سبق لنا ذكر التصنيف الآتي (V. Floridi, 1996):

وسائل إعلام انفعالية ذات اتجاه واحد أو W-media.

وسائل إعلام تفاعلية ذات اتجاهين أو WW-media.

ويمكننا بسهولة أن نضيف مجموعة أخرى لهذا التصنيف:

اليوم، الإنترنت هو نموذج من الوسائط المتعددة التفاعلية للشبكة العنكبوتية العالمية WWW-networked.

إنها مدونات معرفية متعددة منتشرة على الشبكة ترتبط بعدد من جوانبها. ودورة حياة المعلومات على الإنترنت تتحدد من خلال المراحل الآتية (V. Floridi , 1996):

الإيجاد.

التخزين.

الاسترجاع.

التحديث.

وبالنتيجة، إن العرض، والتنظيم، والتوزيع، واستعمال هذا النوع من المعلومات (المعرفة) مختلف تماماً عن وسائل الإعلام الانفعالية (W-media) ووسائل الإعلام التفاعلية (WW-media).

فقد سبق أن ذكرنا أن المؤلف هو المسؤول عن العرض، وعن تفسير وتقييم المعلومات بوسائل الاتصال الانفعالية. وكذلك في الوسائط المتعدد التفاعلية، يبقى المؤلف مسؤولاً عن العرض لكن المستخدمين والوسطاء يشاركون أيضاً في عملية التفسير والتقييم. هنا نستعمل مصطلح الوسطاء بمعنى أنظمة المعلومات، وبنوك البيانات، وقواعد البيانات وكل البنى الأساسية لتوثيق المعلومات التي تسهم في عملية تجميع المعلومات وتخزينها ومعالجتها واستعمالها.

في أنظمة المعلومات التفاعلية WW- media تكون كل أنواع أنظمة توثيق المعلومات وسائط بين مؤلف المعلومات (المرسل) والمستخدم. إنها أنظمة تفاعلية باتجاهين بحيث يكون مؤلف المعلومات والمستخدمون متفاعلين مع النظام لكن ليس في الاتصال المباشر مع البيانات المرتدة.

لهذا على الرغم من أن المعلومات التفاعلية WW- media تكون منتظمة على الشبكة online، يوجد دائماً انفصال متفاوت الدرجات بين نظام الاتصال الأولي ونظام المعلومات، بوصفه وسيطاً للمعلومات الأولية. وبسبب هذا، يمكن اعتبار مؤلف المعلومات المرسل والمسؤول عن عرض المعلومات.

فيما يخص WWW-media لم يخسر المؤلفون هويتهم، بل تغيرت خاصية المؤلف وخاصية مصدر المعلومات. قيد المؤلف يتحدد موضوعياً، إضافة أنه من خلال المؤلف ومساعد المؤلف، ومن خلال رعاية الموقع الإلكتروني وبطريقة غير مباشرة من خلال مزود خدمات الانترنت. لم يعد مصدر المعلومات شخصاً واحداً فقط، أو مؤسسة أو وثيقة، بل هو الآن الإنترنت، ومزود الخدمات، والموقع الإلكتروني.

في WWW-media يشارك عدد من الوسطاء الجدد في إيجاد المعلومات. ونتيجة لذلك يزداد عدد المشاركين الذين يحددون مؤلف المعلومات ومصدرها. فقد غير حضورهم الثابت في الاتصال والتفاعل مع المستخدمين طبيعة التواصل من أساسها. يكون مصدر المعلومات الجديد حاضراً بحيوية على الإنترنت، لأنه يولد ويحدث معلوماته من ذاته. لأن رعاة الموقع الإلكتروني ومؤسسيه مهتمون بعرض المعلومات باسم المؤلف وباسم مصدر المعلومات أيضاً.

مدونات المعرفة في أنظمة WWW-systems مفتوحة أمام أعداد المشاركين الذين يشكلون جزءها الاساسي وكذلك الأخذ بنظر الاعتبار كم المضمون المعروض ونوعه. كما أن مدونات المعرفة على WWW-media تحدّث نفسها باستمرار. فليس من يحافظ علها ويحدّثها المستخدمين والوسطاء فقط، بل يحدثها المرسِلون أيضاً، أما الأجزاء التي لا يحافظ عليها ولا يتم تحديثها تلقائياً فتصبح قديمة وتنتهي.

WWW هي وسائل مجودة على الشبكة لها بداية معروفة وقواعد لمعالجتها. لكنها اليوم أنظمة مفتوحة بكل ما للكلمة من معنى. بالنسبة لنسب المعلومات، وعدد المستخدمين، والمزود بالمعلومات، إلخ. فان حجم منظومتها غير خاضع للسيطرة. إضافة إلى أن الإنترنت وسيلة إعلامية تفاعلية، على الرغم من العلاقات المتغيرة الكثيرة بين مزود الخدمة والمستخدم. فكل مستخدم يمكن أن يصبح مزود معلومات وكل مؤلف قد يصبح المستخدم الذي لا يحتاج إلى وسيط في تفاعله. هذا ممكن فقط لأن وظيفة المعلومات (وظيفة اختيار وتنظيم المعلومات) مرتبطة تماماً بوظيفة التواصل (وظيفة نشر المعلومات وتوزيعها). النص القابل للنقل يتغير إلى نص تشعبي hypertext و/ أو الى نص متعدد الوسائط، منظم بطريقة يمكن من خلالها البحث عنه واستخدامه وفقاً لكل المعايير - بدءاً باللحظة التي تم إطلاقه فيها. تلك الخاصية تربط المؤلف وتساويه بالمستخدم وتحولهما إلى مشاركين في الاتصال، حيث يسعى كل منهما لإنجاز فوائد الاتصال وإشباع حاجاته التواصلية.

في كل اتصال، مؤلف المعلومات هو المشارك النشط، وهو يريد عند بث المعلومات التأكيد على فوائد التواصل لذاته، أي إن التواصل ليس غاية في ذاته طالما سعى المستخدم للمعلومات الملائمة لإشباع حاجاته ومطالبه، يريد مرسل المعلومات إشباع حاجاته التواصلية والاجتماعية من خلال إرسال المعلومات الملائمة من أجل تحقيق الهدف.

لكن بصرف النظر عن عدد نماذج المعلومات المختلفة الموجودة، فإنها من وجهة نظر المرسل ليست مكتشفة فقط لأن المرسل في W و WW- media كان المشارك المتلقي في عملية المعلومات. بتعبير آخر، أنظمة المعلومات التي تتعامل مع W و WW-media هي الوسطاء فقط ومساعدو أنظمة التواصل الأساسية. في WWW-media حيث تتداخل عمليات التواصل والمعلومات، يبدأ الخط الفاصل بالاختفاء وقد سبق أن انحل في بعض الحقول. لهذا يجب مراجعة فاعلية نظام الاتصال، مع الأخذ بعين الاعتبار ملاءمته للمستخدم وفائدة المرسل أيضاً.

ملاءمة المعلومات الموجودة على الشبكة العنكبوتية WWW

مع ظهور وتطور نظام استرداد المعلومات، بات استرداد المعلومات الملائمة وتأمينها المهمة الرئيسة لهذه المنظومات. وباتت الملاءمة منذ ذلك الحين هي المسألة الرئيسة لعلم المعلومات، التي تستخدم في تحليل خدمات المعلومات والمفهوم النظري الملائم لتقييم تبادل المعلومات ولفهم معالجة المعلومات. وكما هي الحال مع كل المفاهيم الأساسية في العلم، فإنه لا يوجد إجماع على تعريف واحد لمصطلح الملاءمة. فعادة يتم تفسير الملاءمة على أنها معيار لفاعلية

معالجة المعلومات من أجل إشباع الحاجة إلى المعلومات ومطالب المستخدم. ولأن بعض المؤلفين اعتبروا أن للعوامل المختلفة التي تحدد عملية تبادل المعلومات تأثيراً حاسماً في فاعلية معالجة المعلومات، فقد نشأ تفسير مختلف للملاءمة.

يمكن تفسير الملاءمة من وجهة نظر نظام المعلومات، والمقصد، والموضوع المعالج، والموضوع المعرفي، والانتماء، وكذلك من وجهة نظر منطقية وبراغماتية. (Saracevic, 1975).

الملاءمة (في نظرية علم المعلومات) لا تفسر من وجهة نظر مرسل المعلومات. وهناك سببان أساسيان لذلك: الأول، وكما ذكرنا سابقاً، هو أن في منظومات المعلومات التي تتعامل مع عملية W و WW-media، لا يكون مرسل المعلومات (المؤلف) مشاركاً فعالاً في تبادل المعلومات. فأنظمة المعلومات هي مجرد وسائط بين المستخدم ومرسل المعلومات لأن هذه الأنظمة لا تضمن التواصل المباشر بينهما.

السبب الثاني لعدم استكشاف اهتمام مرسل المعلومات بتبادل المعلومات هو أن علم المعلومات في البدايات يهتم بشكل أساسي بمعالجة المعلومات العلمية. وإن علم المعلومات يعرّف بأنه حقل علمي يستكشف بنية المعلومات وخصائصها العلمية (A.J.Mihajlov, R.S.Giljarevski, 1977). ورغم أن علم المعلومات لم يعرّف دائماً بأنه حقل يُعنى بالمعلومات العلمية، فإنه عُني بشكل أساسي بالمعلومات العلمية والاحترافية وكان قبل كل شيء موجهاً للتواصل العلمي منذ البدايات. (Tudjman, 1990).

فلا بد أن تكون المعلومات العلمية والاحترافية صحيحة في طبيعتها أو أن يكون هدفها إدراك الحقيقة، لذا لم يعد هناك حاجة للاعتراض على فوائد الاتصال لمرسل المعلومات لأنها تعدّ من دون أهداف تواصلية أخرى غير الفوائد والأسباب العلمية والاحترافية.

امتد حقل علم المعلومات منذ زمن إلى كل أنواع المعلومات وليس فقط إلى المعلومات العلمية والاحترافية. وقد أدّى تطور تكنولوجيا المعلومات (WWW media) بأنظمة الاتصال والمعلومات إلى ربط مرسلي المعلومات ومستخدميها بطريقة يحاول فيها الطرفان تحقيق مصالحهما في أثناء تبادل المعلومات. فباتت معالجة المعلومات وأنظمة المعلومات جزءاً من العلاقات الاجتماعية الفعلية ووسيلة التفاعل الاجتماعي.

ولهذا فإن عمليات معالجة المعلومات اليوم هي أكثر من أي وقت مضى، ممتلئة بكم

هائل من المعلومات، وكذلك المعلومات الخاطئة misinformation والمعلومات المضللة disinformation. لم تعد الـ disinformation والـ misinformation أخطاء النظام الوحيدة أو أخطاء بشرية بل نتيجة الجهود والمساعي المؤسساتية. ولأن هذا ليس موضوع بحثنا هنا، فإننا لن نذكر إلا بعض الأفكار. فالآن يشكل التسويق والدعاية جزءاً مكوناً من كثير من الحقول المعرفية. لذا يعتبر بعض المؤلفين الدعاية «الأخت التوأم للتضليل Disinformation"" لأنها كالتضليل Disinformation «حرب كلامية»، وفعلاً طالما أن Disinformation" لا تعرف المنافسة، فإن الدعاية تعتاش عليها (Liminski, 2002).

في أثناء الحرب الباردة، نشأت بعض المؤسسات مثل محطات الراديو، ودور النشر، إلخ. التي كانت مسؤولة عن تسويق الـ misinformation و disinformationعلى جانبي "الستار الحديدي". والآن هناك كثير من الكتب والصحف التي تكتب حول هذا الموضوع (See E.J.Epstein, 1989).

واليوم أيضاً، أنشأت بعض الحكومات، بدرجات متفاوتة من الانفتاح، الوكالات التي تريد التأثير من خلالها على الرأي العام والمطبوعات العالمية. كما طورت القوى العسكرية وأجهزة المخابرات في كثير من البلدان قوانين خاصة وبرامج للتضليل disinforming. ولكي تتجنب الصراعات الشديدة التوتر فإنها توجّه النزاعات قليلة التوتر من خلال استخدام وسائل الإعلام الجماهيرية.

لا يقتصر تعرّض المعلومات للخطأ misinformation وللتضليل disinformation على المعلومات السياسية والعسكرية والتجارية فقط، بل يتعداها إلى البيانات البيئية والمناخية (M. Swords, 2002). وبسبب هذه التوجهات، يعلن بعض المؤلفين أن «عصر التضليل Disinformation » حل محل «عصر المعلومات». والأهم من هذا كله أن د.ج. روثكوبف 1999) (D.J.Rothkopf يبدأ مقالته بـ: "لا تصدق أحداً".

الملاءمة من وجهة نظر المرسِل

طبعاً لا بد من وجود أسباب نظرية وبراغماتية لإعادة التحقيق في قيمة تبادل المعلومات في أنظمة المعلومات - الاتصالات، ويجب إعادة التفكير بجودة المعلومات ليس من وجهة نظر المستخدم فقط، بل من وجهة نظر المرسِل (المؤلف) أيضاً.

نتابع من الأطروحة التي وضعها أ. كوفاكز 1997) (A. Kovacz والتي تقول بإمكان تقييم جودة

الذكاء أو المعلومات من منظورين مختلفين: قابليتها للاستعمال وفائدتها. وعلى الرغم من أننا استعملنا هذه المعايير سابقاً (M.Tudjman, 2002) في تحليل المعلومات، فإننا سنطبق التصنيف ذاته على التفسير الجديد لمفهوم الملاءمة.

ومهما كان نوع المعلومات التي نتعامل معها (information أو misinformation أو disinformation)، فإننا نستطيع تقييم الجودة من وجهات نظر جميع المشاركين في عملية الاتصال.

إن قابلية المعلومات للاستعمال هو المعيار لجودة التواصل في عملية المعلومات. ففي هذه العملية، تصل المعلومات إلى المستخدم المستهدف من خلال الخدمات التي جمعتها، وعالجتها، وحللتها ونشرتها. إن قابلية الاستخدام هي معيار جودة خدمة المعلومات التي يقيمها المستخدم. وهكذا تكون قابلية المعلومات للاستخدام مسألة تقييم ذاتي وأصيل يقوم به مستخدم المعلومات.

تمثّل سهولة الاستخدام درجة إرضاء حاجات المستخدم للمعلومات في لحظة بدايتها أو في لحظة إرسال المعلومات إلى المستخدم. وفي علم المعلومات تكون الملاءمة هي العبارة المقبولة لقياس قابلية استخدام المستخدم للمعلومات.

تقاس قابلية الاستعمال بمعيار الملاءمة. وأما قيمة المعلومات الملائمة فهي: دقة التوقيت، الصلاحية، دقة البيانات، التفصيل، وملائمة التصنيف وطريقة عرض المعلومات. بتعبير آخر، تُقدّر قيمة المعلومات الملائمة بمعيار التأليف، والدقة، والموضوعية، والسرعة والصحة.

وعليه فإن المعلومات الملائمة هي المعلومات التي يستطيع المستخدم استعمالها. وقابلية الاستعمال هي بالفعل مقياس القابلية. فقابلية استعمال المعلومات توجه المستخدم إلى الخيارات الممكنة الممنوحة على أساس المعطيات الجديدة المتاحة. لكن على الرغم من المفاهيم التي نقدمها وعلى الرغم من قابليتها للاستخدام، يوجد كثير من الأسباب لعدم الحاجة لاستعمال المعلومات. فمثلاً، المستخدم غير قادر على استخدام المعلومات المتاحة أو غير مسموح له باستخدامها بسبب النقص في وسائل الوصول إلى الأهداف وبسبب فقدان الدعم الاجتماعي والسياسي والشعبي أو أي نوع آخر من المساعدة لتنفيذ القرارات بسبب فقدان الشجاعة أو الحزم في اتخاذ القرار إلخ.

إذاً قابلية المعلومات للاستخدام هي معيار للجودة الحقيقية لعملية المعلومات. ويمكن تقييم

قابلية استعمال المعلومات على أساس المعيار الموضوعي، الذي لا يحصل إلا فيما بعد ؛ أي فقط بعد أن يكون المستخدم قد استعمل المعلومات بالفعل.

اعتمد أ. كوفاكس A. Kovacz خمسة معايير لقياس قابلية استخدام المعلومات، على الرغم من إدراكه لعدم ترابط هذه المعايير الخمس بسبب تداخلها. ورأى أن المعيار الثالث يضم المعيار الأول. فالمعلومات، وفقاً لـ أ. كوفاكس، تكون قابلة للاستعمال إذا:

كانت تدفع مستخدم المعلومات لتغيير القرار الذي اتخذ سابقاً أو لتغيير هدف الفعل؛

أتاحت خياراً مختلفاً (أفضل) لتطبيق القرار الذي سبق اتخاذه، أو من أجل هدف الفعل؛

أدّت الدور الأساسي في صنع القرار (تنفيذ الفعل أو القرار لأن تنفيذه يرتكز على المعلومات المعطاة)؛ فرضت على الخصم تغيير تنفيذ سياساته أو أفعاله؛ حسّنت من النتائج السياسية التي يتبعها المستخدم أو قللت من الآثار السلبية لأفعال الخصوم؛ أي الناشطين الاجتماعيين الآخرين.

لا بدّ من تأييد الاعتراض الذي يمكن أن يثار على الحجج والمعايير، التي اقتبست من أ. كوفاكس. فهذه الحجج والمعايير لا ترتبط إلا بأحد الجوانب الخاصة للمعلومات، وبالتالي لا يمكن تطبيقها في تقييم قابلية استعمال كل المعلومات.

لكن لا أهمية كبيرة لتحليلنا إذا كان للحجج السابقة أهمية كلية أو جزئية (أي إذا كانت متصلة بكل أو ببعض أنظمة ومعالجة المعلومات). ولا بدّ من لحاظ أمرين: الأول أن قابلية المعلومات للاستخدام هي المعيار الفعلي لتقدير قيمة تطبيق المعلومات (الجزئية)، والثاني أن قرار المستخدم لا يكفي لتحديد قابلية المعلومات للاستخدام، بل نواياه ومصالحه. وبالتالي، يجهد كل من المستخدم والمرسل لتغيير نوايا الآخر وقراراته. لماذا؟ لأنهما في حالة من التفاعل (خصوصاً في WWW-media) وهما يغيّران باستمرار قواعدهما الاجتماعية (المستخدم - المرسل) في عملية التواصل.

تنبثق المعايير المذكورة لتفسير قابلية المعلومات للاستعمال من الأطروحة النظرية القائلة إن عملية صنع القرار هي صندوق أسود مليء بالمعلومات التي تشكل المدخلات والأفعال التي تشكل المخرجات. ووفقاً لهذا النموذج تكون المعلومات فعالة (أو مفيدة) إذا غيرت مدخلاتها المخرجات أي إذا أثرت في تغيير تنفيذ الفعل.

وعلى الرغم من أن احتمال قياس المعلومات من منظور الجودة مورد للشك، فإن للنظرية القائلة بضرورة قياس ملاءمة المعلومات وفائدتها أهمية كبرى.

إذا بقيت الملاءمة -المصطلح الأساسي لعلم المعلومات- معياراً لجودة عملية المعلومات من منظور المستخدم، تكون قابلية المعلومات للاستخدام هي مقياس لجودة المعلومات من وجهة نظر المرسل.

كما أن معيار قابلية المعلومات للاستخدام هو قياس لفاعلية المرسل حيال عمليات صنع القرار وأفعال مستخدم المعلومات.

ويقاس التأثير الفعلي لمؤلف المعلومات (المصدر) على اختيار الأهداف والقرارات وفقاً لمعيار الفائدة.

الواضح أن قيمة ملاءمة المعلومات وفائدتها ستتداخل وقد تستعملان كمترادفات عندما تكون المعلومات دقيقة وموضوعية.

غير أن فائدة المعلومات الخاطئة misinformation والمعلومات المضللة disinformation تكون بالنسبة للمستخدم متناسبة عكسياً مع ملاءمة المعلومات.

الخاتمة

أردنا في بداية مقالنا أن ندقق في الأطروحة القائلة إذا كانت موضوعات علم المعلومات هي المعلومات والمعلومات الخاطئة misinformation. فهل صحيح أن المعلومات الخاطئةmisinformation والمعلومات المضللة disinformation تشكل موضوعاً حقيقياً لمزاولة توثيق المعلومات؟

هل نحن نتعامل مع الـ misinformation و disinformation في أنظمة المعلومات وقواعد البيانات، وكيف نميّز نظرياً المعلومات من المعلومات الخاطئة، و/ أو المعلومات المضللة؟ وإذا كانت الملاءمة معياراً لقابلية الاستعمال في عملية التواصل، فكيف يمكن أن نقيس قصور المعلومات؟ وإذا كانت الملاءمة معياراً لقابلية الاستخدام في عملية الاتصال، فكيف يمكننا قياس عدم فاعلية المعلومات، والمعلومات الخاطئة والمعلومات المضللة في عملية التواصل؟

لا يمكن أن يغيب عن علم المعلومات أن تبادل المعلومات هو علاقة اجتماعية وشكل من أشكال الفعل الاجتماعي الذي يكون للمشاركين فيه مصالح متعارضة. لذلك يجهد المشاركون في التفاعل لتغيير المقاصد، والأهداف، والقرارات، والأفعال - ليس التي تخصّهم فقط، بل التي تخصّ المشاركين الآخرين الذين يمكن أن يكونوا على نوع من الاتصال معهم.

لذا فإن علم المعلومات يجب أن يبدأ باكتشاف ملاءمة المعلومات من وجهة نظر المستخدم ومن وجهة نظر المرسل بالإضافة إلى جميع المشاركين في التفاعل.

تحدد تكنولوجيا المعلومات المتاحة نوع التفاعل بين المشاركين في عملية إيجاد المعرفة واستعمالها وتبادلها. وتؤثر نتائج الاتصال في بنية المعرفة وتنظيمها. كما تحدد وظيفة الذاكرة (وظيفة تخزين المعلومات) صيغة العرض ونوع وسيلة الإعلام. وعليه فإن الوظيفة المعرفية شرط ضروري لكنه ليس شرطاً كافياً لفهم بنية المعرفة وإدارتها.

وبالاعتماد على تطبيق التكنولوجيا الحديثة وتطور المعلومات، والتوثيق، ووظائف الاتصال، ميزنا ثلاثة نماذج اتصال مختلفة أي ثلاث وسائل اتصال سائدة.

تتيح وسائل الاتصال الانفعالية التفاعل بين مؤلف المعلومات والمستخدم اللذين يتبادلان أدوارهما (المؤلف – المستخدم) ويكون لهما مصالح مختلفة وأحياناً متعارضة يعملان على تحقيقها. يتواسط في هذا التفاعل، عدد من المشاركين الجدد، غير المعروفين في وسائل الإعلام السابقة.

لذلك من الضروري أن نقبل حقيقة أن المعلومات، والمعلومات الخاطئة والمعلومات المضللة تدور في أنظمة المعلومات والاتصال وأن جميع أنواع المعلومات هي موضوعات لعلم المعلومات. من هنا تقع على عاتقنا مهمة وضع معايير ومقاييس للاعتراف بالمعلومات الخاطئة والمعلومات المضللة وتقييمها من أجل حماية المستخدمين وكذلك أنظمة المعلومات. فعلم المعلومات يجب أن يبدأ بوضع آليات لحماية المعلومات وعمليات الاتصال من التلوث بالمعلومات الخاطئة والمعلومات المضللة.

ومن أجل إدراك هذه المهام، يحتاج علم المعلومات لإعادة تعريف بعض المصطلحات الأساسية. فقد سبق وحذرنا من أن الذي يسيطر على وسائل الإعلام يحدد بنية المعرفة ونظامها. وهذا يعني أن دورة حياة المعرفة وعمرها لا يحددان من خلال نفس الوظائف في وسائل الإعلام المختلفة. فالمصطلحات الأساسية مثل المعلومات، المؤلف، مرسل المعلومات، مصدر المعلومات، متلقي المعلومات، الملاءمة إلخ. تصبح غير دقيقة، وغير واضحة، وغير محددة وغير مكتملة عندما تستخدم في التحليل في وسائل الإعلام الحديثة (WWW) ونماذج الاتصال الجديدة.

لقد حلّلنا في هذه المقالة المعلومات والمعلومات الخاطئة والمعلومات المضللة ليس فقط من منظور الوظيفة المعرفية، بل أيضاً من منظور وظيفة المعرفة ومنظور وظيفة الاتصال.

يمكن أن نتحقق من أطروحة كبورو Capurro القائلة أن المعلومات information والمعلومات الخاطئة misinformation والمعلومات المضللة disinformation موضوعات مباحة وهي ضرورية لعلم المعلومات، وخصوصاً الآن حيث تسيطر النماذج الثلاثة على وسائل الشبكة العنكبوتية WWW.

لذلك بدأنا باستكتشاف جودة المعلومات من وجهات نظر جميع المشاركين في عملية التواصل. وبيّنا إمكان تقييم الجودة بالاعتماد على قابلية الاستعمال والفائدة.

إن قابلية المعلومات للاستعمال هي معيار لجودة المعلومات كما يقيّمها المستخدم. والملاءمة مصطلح مقبول لقياس قابلية المعلومات للاستعمال من قبل المستخدم. وكانت أطروحتنا أن قابلية المعلومات للاستخدام هي معيار لفاعلية المرسل حيال عمليات اتخاذ القرار وحيال أفعال مستخدم المعلومات. والفائدة معيار أيضاً، لكن ليس مقدار وحدة القياس؛ القياس هو العلاقة فقط، التي يجب قياسها بنفس المعيار أو وحدات القياس.

لهذا لا يقدّم تصنيفنا حلولاً نهائية. فالتصنيف يشير إلى أن الملاءمة، التي ما زالت المصطلح الأساسي في علم المعلومات، هي وحدها معيار جودة المعلومات. كما يمكن قياس المعلومات من منظور فائدة المعلومات. وإذا كان الأمر كذلك، تنشأ مجالات للبحث الجديد ومجالات للتطور، تدرس المصطلحات الأساسية في علم المعلومات.

مواقع التواصل الاجتماعي (Social Media)

عرض لمعاني المفاتيح الاصطلاحية

يتناول هذه البحث التعريف بتقنيات مواقع التواصل الاجتماعي والمفاتيح المفهومية والرموز المعتمدة في أداء الشبكة العنكبوتية والرموز المعتمدة في أداء الشبكة العنكبوتية، وكما يعرض إلى الوسائل والطرق التي يتبعها المستخدم في توصيل رسائله وتعليقاته.

نشير إلى أن هذا البحث هو فصل من دراسة للباحث خضر إبراهيم حيدر تحت عنوان "الميديا" وقد صدرت عن المركز الإسلامي للدراسات الاستراتيجية في إطار سلسلة مصطلحات معاصرة.

المحرر

خلص تقرير بحثي بريطاني صدر في العام 2016، إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي تتفوق على التلفزيون بوصفها مصدراً رئيساً للحصول على الأخبار بين فئة الشباب. وأشار إلى أن 28 في المئة من الشباب الذين تترواح أعمارهم من 18 إلى 24 عاماً يلجؤون إليها مصدراً رئيساً لمعرفة الأخبار مقارنة بنسبة 24 في المئة منهم يعتمدون على التلفاز[1].

أضاف التقرير الذي أعده معهد «رويترز لدراسة الصحافة»، وشمل 25 ألف شخص من 26 دولة، أن 51 في المئة من المستخدمين ممن لديهم إمكانية الدخول إلى الإنترنت يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي مصدراً للأخبار، وأدى هذا الاتجاه الجديد، فضلاً عن زيادة استخدام الهواتف المحمولة في معرفة الأخبار، إلى تقويض دور النماذج التقليدية في هذا المجال.

ويذكر التقرير في مقدمته أن «موجة ثانية من الاضطرابات» تعصف بمؤسسات الأخبار في

1 - انظر: جين ويكفيلد ـ مراسلة التكنولوجيا في شبكة bbc.

شتى أرجاء العالم، نتيجة «العواقب المحتملة الكبيرة التي ستطول الناشرين، وكذا مستقبل إنتاج الأخبار»، مشيراً إلى أن موقع «فايسبوك» ومواقع أخرى للتواصل الاجتماعي تخطت حيز كونها «مساحات لاكتشاف الأخبار» لتصبح مواقع للمستخدمين يستهلكون فيها أخبارهم. ورأى أن هذا الموقع هو الأكثر شيوعاً بين المستخدمين (44 في المئة ممن شملتهم الدراسة) من حيث مشاهدة الأخبار وتبادلها والتعليق عليها يليه في المرتبة موقع «يوتيوب» بنسبة 19 في المئة، وموقع «تويتر» بنسبة 10 في المئة.

وتصل نسبة المستخدمين لموقع «أبل نيوز» 19 في المئة في الولايات المتحدة، و3 في المئة في بريطانيا، في حين تصل النسبة بين مستخدمي تطبيق «سناب شات» للرسائل إلى واحد في المئة فقط أو أقل من ذلك في معظم الدول.

ويشير التقرير إلى أن المستخدمين يفضلون الحصول على مادتهم الإخبارية التي تخضع لعمليات انتقاء بعمليات حسابية، ويقول 36 في المئة إنهم يحبون قراءة الأخبار المختارة على أساس القراءات السابقة، في حين قال 22 في المئة منهم إنهم يفضلون جدول أعمالهم الإخباري الذي يعتمد على قراءات الأصدقاء.

ويرغب 30 في المئة من المستخدمين أن تخضع عملية الاختيار لإشراف محررين صحافيين، كما يخشى كثيرون من أن تؤدي العمليات الحسابية إلى حدوث «فقاعات» إخبارية يرى فيها المستخدمون الأخبار من وجهات نظر مشابهة لتفكيرهم. في هذا الإطار، يقول نيك نيومان المشرف على التقرير : «يحب المستخدمون قراءة الأخبار المختارة بعمليات حسابية، لكنهم يخشون من أن يعني ذلك فقدانهم نقاطاً رئيسة أو وجهات نظر قوية.

ولاحظ التقرير زيادة استخدام الهواتف الذكية في معرفة الأخبار، وسجلت السويد أعلى مستويات (69 في المئة) تليها كوريا (66 في المئة) وسويسرا (61 في المئة). كما أشار إلى أن المستخدمين يلاحظون العلامة التجارية الإخبارية الأصلية للمحتوى المقدم على مواقع التواصل الاجتماعي أقل من نصف الوقت، وهو أمر قد يثير قلق منصات الإعلام التقليدية.

1 - فايس بوك (Face Book):

«فايس بوك» في الاصطلاح عبارة عن كلمتين باللغة الإنكليزية: «فايس» وتعني الوجه، و«بوك» وتعني الكتاب، وبهذا تعني «كتاب الوجوه».

هو موقع تواصل اجتماعي مجاني يمكّن المستخدمين من التواصل مع الأصدقاء وإضافة

أصدقاء جدد، وكذلك التحدث بسهولة عن طريق إرسال رسائل إليهم والتواصل معهم من خلال نشر صور وكتابة تعليقات، ونقل أفلام أو موسيقى من أي موقع على شبكة التواصل. كما يؤمّن المحادثات سواء أكانت صوتية أم فيديو صوتاً وصورة، هذا فضلاً عن الكثير من الخدمات المميزة التي تجعله شبكة التواصل الأفضل على الإطلاق.

انطلق الموقع في 4 كانون الثاني (يناير) 2004، من خلال فكرة بسيطة جداً. فقد كان الطالب في جامعة «هارفارد» مارك زوكربرغ يحضّر مشروع التخرج، ففكّر بإيجاد وسيلة تواصل بين طلبة الجامعة، ثم انضم إليه طلاب كليات جامعتي «بوسطن» و «إيفي ليج»، ثم أصبح متاحاً للعديد من الكليات في الولايات المتحدة الأميركية وكندا، ويتواصل من خلالة الطلبة، وفي شهر حزيران (يونيو) العام نفسه انتقل مقره إلى مدينة « بالو ألتو» بولاية كالفورنيا.

وقد أحدث الموقع ضجة كبيرة في العالم، وتسابق أصحاب الشركات الكبرى على شرائه بهدف الاستثمار فيه، وكان أول العروض التي حصل عليها مارك من شركة «باي بال» بقيمة 500 ألف دولار أميركي، وجاء عرض آخر في عم 2005، والعرض الثاني من شركة «أكسيل بارتنرز» بقيمة 12.7 مليون دولار، ثم قدمت له شركة «جرايلوك بارتنرز» عرضاً أكثر إغراء بلغت قيمته 27.5 مليون دولار، ولكن مارك رفض هذه العروض.

وفي عام 2007 أعلنت شركة «مايكروسوفت» أنها اشترت ما يقدر ب 1.6 % من الموقع بمبلغ 240 مليون دولار، وفي العام نفسه أعلن الملياردير لي كاشينج من هونغ كونغ أنه قام باستثمار في فايس بوك بقيمة 60 مليون دولار.

ونظراً لفاعلية الموقع ومردوده المالي، صدر كتاب بعنوان «بليونير بالصدفة» للكاتب بن مزريتش، هاجم فيه زوكربرغ، وفيما بعد تحول إلى فيلم بعنوان « ذا سوشال نتوورك»، عرض فيه مراحل انطلاق موقع «فايس بوك»، وكيف جمع منه مؤسسه ثروة تقدَّر بـ 6 مليارات دولار. وقد رشِّح الفيلم لثماني جوائز أوسكار.

خطوات تطوير الموقع:

ذكر الموقع الإلكتروني لصحيفة «إندبندنت» البريطانية، أن شركة «فايس بوك» بصدد إطلاق ميزة للدردشة السرية داخل تطبيق «ماسنجر»، تتيح للمستخدمين التواصل بكل سهولة بعيدًا عن أعين أجهزة المخابرات، وهي الميزة التي تشبه خاصية التشفير الجديدة التي أضافتها الشركة لتطبيق «واتس آب».

وكشف الموقع الأميركي «إنجادجت»، أن «فايس بوك» تخطط لإحداث ثورة دفع كبيرة بتطبيق «ماسنجر»، حيث تنافس الشركة التكنولوجية الشهيرة، تطبيقات وخدمات الدفع التابعة لـ«أبل» و«غوغل» و«سامسونغ»، كي يتمكن المستخدمون من الدفع مقابل مشترياتهم في أي مكان باستخدام تطبيق «ماسنجر».

الميزة الأبرز المتوقع أن تعلنها الشركة خلال المؤتمر، هي إضافة «الذكاء الاصطناعي»، الذي سيكون بمنزلة «موظفين في خدمة العملاء»، ليتمكن من الرد على أسئلة المستخدمين، ومساعدة الشركات في التسويق لمنتجاتها، على أن يتم تعيين الروبوتات الذكية، لتنبيه المستخدمين بشأن توفر منتج معين، أو توجيههم في أثناء عملية استرجاع المنتجات.

2 -«فايس بوك ماسنجر»:

يتميز«فايس بوك ماسنجر» بالانتشار الواسع النابع من انتشار الموقع ذاته، وهو يتيح إجراء محادثات وإرسال رسائل نصّية ليس فقط للأصدقاء بل لجهات الاتصال المخزنة في الهاتف المحمول، كما يوفّر أدوات للتحكم بالمحادثة وإرسال الرسائل.

ويعبر هذا التطبيق أحد أقوى المنافسين لتطبيق «واتس اب» الذي تملكه شركة «فايس بوك» أيضاً.

يقدّم البرنامج ميزة الدردشة الجماعية، فهو يقوم بجمع الأصدقاء معاً في محادثة، كما يسمح بعرض الرسائل في نافذة واحدة. ويمكن أيضاً إنشاء مجموعات للحديث مع العديد من الأصدقاء في وقت واحد، ويسمح بإجراء مكالمات مجانية عبر الـ«واي فاي».

ومن الميزات الإضافية لتطبيق«فايس بوك ماسنجر»:

- معرفة وقت عرض الأشخاص لرسائلك.
-إعادة توجيه رسائل أو صور إلى أشخاص غير موجودين في المحادثة.
- البحث عن الأشخاص والمجموعات حتى تتمكن من معاودة التواصل معهم بسرعة.
- تشغيل ميزة تحديد الموقع حتى يعرف الأشخاص الآخرون مكانك.
- معرفة الأشخاص الموجودين معك على الموقع.
- إنشاء اختصارات للوصول إلى أي محادثة من شاشتك الرئيسة.

- وقف تشغيل الإشعارات في أثناء انشغالك بالعمل، أو في أثناء الراحة والنوم.

الآثار النفسية:

حذرت دراسة جديدة قام بها فريق من الباحثين في جامعة «هيوستن» بولاية تكساس من أن مدمني استخدام موقع «فايس بوك» يمكن أن يصابوا بأضرار نفسية حادة. وأوضحت الدراسة التي نشرتها جريدة «جورنال أوف سوشال إند كلينيكال» أن هؤلاء المدمنين يقارنون أوضاعهم الاجتماعية دائماً بالنسبة إلى غيرهم، وبالتالي يؤدي ذلك إلى زيادة خطر إصابتهم بالاكتئاب المزمن.

وقال ماي لي ستيرز المؤلف الرئيس للدراسة في الجامعة: «من المهم أن ندرك أن معظم الناس يميلون إلى التفاخر على موقع «فايس بوك»، لذلك فهم يصورون أنفسهم دائماً في أفضل الأحوال، ولا يعرضون سوى الجوانب الجيدة فقط في حياتهم، مخفين السيئة، ومع ذلك فنحن لا ندرك أن هذا يحدث، ونحن نحاول دائماً أن نقارن أنفسنا بالآخرين، بما حققوه وبما وصلوا إليه، وسنشعر لا إرادياً بأننا لا نعيش الحياة الطيبة التي يتمتع بها أصدقاؤنا»[1].

وقام فريق الدراسة بمراقبة 154 مستخدماً تتراوح أعمارهم بين 18 إلى 42 عاماً لمدة أسبوعين، وفي نهايتهما لاحظ ظهور علامات اكتئاب عليهم، فضلاً عن انشغالهم بمستوى معين من المقارنة الاجتماعية.

وأوضح فريق البحث أنه على الرغم من حقيقة أن مستخدمي الموقع يمكن أيضاً أن يقارنوا أنفسهم بالأقل حظاً منهم، إلا أن الاستخدام المنتظم يهبط بمزاجهم العام، مما يولد حالة من تدني الاحترام للذات، ومع الوقت يشعرون بالأسوأ.

3 - تويتر (Twitter) :

«تويتر» في اللغة تعني «المغرِّد»، وهي مستمدة من صوت العصفور الذي اتخذه مطلقو الموقع شعاراً له. هذا الموقع يختص بمتابعة أخبار الشخصيّات، وكذلك تتبُّع الأصدقاء والمقرّبين، ويقوم على مبدأ التّغريدة أي كتابة نص ونشره على صفحتك الخاصّة وبحد أقصى 140 خانة؛ حتى يراه كل المتابعين لديك. وعندما نقول خانة؛ فنحن لا نعني عدد أحرُف، لأنّ المسافة بين الكلمات

[1]-RT Arabic موقع

تعتبر خانة، والفاصلة خانة، والنّقطة خانة وهكذا. وما يجعل الموقع مميّزاً أيضاً هو سهولة نشر الأخبار والأفكار. وما يجعله أفضل من غيره من شبكات التّواصل الاجتماعي؛ هو الاحترافية العالية حيث إنّ أغلب مستخدميه هم من المحترفين وذوي الإختصاص؛ بغض النّظر عن نوع الاحتراف أو التخصّص، فكلٌّ يجد من يريد لمتابعته ومعرفة أخباره.

ولاستخدام «تويتر» لا بدَّ من أن يكون لديك حساب، وإن لم يكن متوفراً لديك، فيمكن فتحه في غضون دقائق. وبعدها يمكن أن تغرِّد بما يجول في خاطرك. ويمكن في التّغريدة أن تذكر أسماء أصدقائك أو معارفك ممن تريد أن تشاركهم هذه، ويجب أن يكون الاسم كما هو موجود في حساب الشخص على «تويتر» مسبوقاً بالرّمز «@»، حتى تصله تغريدتك. وكذلك يمكن استخدام خاصيّة الرّسائل الخاصّة، في حال أردت أن ترسل للمُستَقْبِل رسالة لا يتم نشرها على حسابه.

4 - هاشتاغ: خاصية تويتر

الـ «هاشتاغ» هو مصطلح فرعي يتبع «تويتر» وهو خاصيّة أخرى يتميَّز بها «تويتر» عن غيره من شبكات التّواصل الإجتماعي، ورمزه «#». وهو رمز يستخدم للدّخول إلى مواضيع معيّنة يتم تداولها على الموقع، ونشر الأفكار الخاصّة بالشخص إلى الفئة المُستخدِمة لهذا الهاشتاغ. كما يمكن عمل هاشتاج جديد خاص بموضوع غير مُستخدَم ونشره، ويجري الموقع إحصائية لأكثر هاشتاغ تم استخدامه خلال مدة معيّنة؛ ويقوم بوضعه تحت مسمى «تريندينغ». أما الدردشة فهي غير موجودة في « تويتر»، كـ«فايس بوك» مثلاً، ولا يمكن إجراء حوارات خاصّة.

تأسس الموقع بصورته الحالية على يد الأميركي جاك دورسي وشريكيه إيفان ويليامز وكريستوفر بيز ستون. والبداية كانت من دورسي الذي كان في صغره مولعاً بخرائط المدن، إلا أن تركيزه على الجوانب التفاعلية في الإنسان آنذاك، كان مؤشراً على أنه سيكون وراء تأسيس إحدى كبرى شبكات التواصل الاجتماعي في العالم اليوم، وأكثرها شعبية.

ولد دورسي في 19 نوفمبر (تشرين الثاني) سنة 1976، بولاية «ميسوري» الأميركية. وعام 1984 أحضر والده إلى المنزل أوّل جهاز حاسوب، فسرق اهتمامه كاملاً، وبدأ بتصميم الخرائط بنفسه عبر برامج المؤثرات، وتعلّم تقنيّات البرمجة ليتمكّن من تعيين مناطق وصول القطارات وانطلاقها على الخرائط. ولم يتوقّف عند هذا الحد، بل شغل نفسه بالاستماع إلى موجات المذياع المخصّصة لعربات الشرطة وسيّارات الإسعاف، وراقبها، كي يتمكّن من رسم طريقة حركتها في المدينة على خرائطه الخاصّة.

بعد تنقل دورسي بين مجموعة من الوظائف سنة 2006، انتهى به الأمر أخيراً لدى شركة برمجيّات تحمل اسم «أوديو» في مدينة «سان فرانسيسكو»، واقترح على مالك الشركة إيان ويليامز إطلاق خدمة يتمكّن من خلالها كلّ مشترك من كتابة جملة أو جملتين عن نفسه، عبر لوحة مفاتيح الهاتف الخلوي الخاص به، وسيتمكّن كلّ من يرغب في قراءة هذه الرسالة من الوصول إليها، إذ سيعلمه بوصولها نظام تنبيه، وهذه الجملة القصيرة كانت هي الحلقة المفقودة التي تمكّن دورسي من إيجادها. وبالفعل شجع ويليامز فكرة دورسي وقام بتعيينه رئيساً لمجلس إدارة الشركة الجديدة التي حملت لاحقاً اسم «تويتر». وبعد مرور خمس سنوات على تأسيسها أضحت واحدةً من أكثر منصّات التواصل الاجتماعي شهرةً، بعدما وصل عدد المشتركين فيها إلى أكثر من ربع مليار مستخدم، وباتت الشركات العملاقة في مجال البرمجيّات أمثال «غوغل» و«مايكروسوف» و«فايس بوك»، تتهافت على شرائها بمبالغ زادت على 8 مليارات دولار في ذلك الحين.

في نيسان / أبريل سنة 2007 أبصر «تويتر» النور في صورة شركة قائمة بذاتها، تحت رئاسة جاك دورسي، وذلك بعد الحصول على أموال من مستثمرين سمحت لهم بالتوسع وزيادة عدد العاملين، وأصبح إيفان المدير التنفيذي في عام 2008، ليترك المنصب في ربيع 2011، بينما صار جاك رئيس مجلس الإدارة.

5 - واتس آب (WhatsApp):

هو تطبيق تراسل فوري ومتعدد المنصات للهواتف الذكية. ويمكن بالإضافة إلى الرسائل الأساسية للمستخدمين، إرسال الصور، الرسائل الصوتية، الفيديو والوسائط. تأسس عام 2009 من قبل الأميركي بريان أكتون والأوكراني جان كوم (الرئيس التنفيذي أيضاً)، وكلاهما من الموظفين السابقين في موقع «ياهوو»!، ويقع مقرها في «سانتا كلارا» ـ كاليفورنيا.

يتنافس WhatsApp مع عدد من خدمات الرسائل الآسيوية (مثل KakaoTalk، LINE، و WeChatt)، وقد تم إرسال عشرة مليارات رسالة يومية من خلاله في آب 2012، كما زادت مليارين في نيسان 2012، ومليارًا في تشرين الأول. وفي 13 حزيران 2013، أعلنت الشركة على «تويتر» أنها سجلاتها اليومية الجديدة وصلت إلى 27 مليار رسالة.

وقد قامت شركة «فايس بوك» بشراء «واتس آب» في 19 شباط من العام 2014 بمبلغ 19 مليار دولار أميركي.

مخاطر أمنية:

أكد خبراء في أمن المعلومات ومحققون جنائيون في جرائم الكمبيوتر، الخطورة التي تحيط بمستخدمي تطبيق «واتس آب» بعدما استحوذت عليه «فايس بوك»، وهي تتمثل في مسألتين:

الأولى: متعلقة بسياسية الخصوصية التي ستقوم إدارة «فايس بوك» بتعديلها لتوافق سياسته مثلماً حصل بعد استحواذها على «إنستغرام»، إضافة إلى أن المعلومات والبيانات الحالية ستنتقل إليها، وهي بحسب سياسة الخصوصية الحالية لـ«واتس آب» تجمع أيضاً العديد من البيانات بما يعرف بـ Metadataa.

الثانية: تتعلق بتعاون «فايس بوك» مع الأجهزة الاستخباراتية خصوصاً وكالة الأمن القومي الأميركية ومكاتب الاتصالات الحكومية في وكالة الاستخبارات البريطانية، والتساهل مع طلبات الحكومات الأخرى، مثل قيامه بالبحث في الرسائل الخاصة بالأعضاء ثم تبليغ السلطات عن مخالفاتهم تحت ذريعة استغلال الأطفال وغسيل الأموال وغيرها.

وأضاف الخبراء أن سياسة الخصوصية الحالية الخاصة بتطبيق «واتس آب» تنص على أن أي تعديل عليها سيتم حتى من دون إبلاغ المستخدمين، الأمر الذي أشاروا إليه على أنه يثير قلق العديد من المختصين، لما يميزها من مقدرتها على التجسس على معلوماتنا الشخصية بكل سهولة، والغريب في ذلك أيضاً أننا نقوم بذلك بمحض إرادتنا أو بسبب عادات الجهل التكنولوجية التي تعودنا عليها.

مؤخراً تمت إضافة تشفير E2EE فى الإصدارات الحديثة من البرنامج، حيث يقوم المستخدم بتبادل الرسائل مع شخص آخر من دون أن يستطيع أحد قراءة الرسائل لكونها مشفرة.

محاذير:

ومن محاذير استخدام تطبيق «واتس آب»:

1. عند تنزيل التطبيق يتمكن من تحديد موقعك الجغرافي، وهذا أمر خطير جداً خصوصاً إن لم نكن نعرف الجهة المسؤولة عن تحديد المكان!

2. تصبح له القدرة على الدخول إلى رسائل جوالك، وأخذ نسخة منها، وربما استخدام المعلومات المتضمنة ضدك!

3. يستطيع الدخول إلى جهات الاتصال الخاصة بك، وبهذا يعرف عنك أكثر مما يعرف الكثيرون.

4. يدخل إلى ألبوم صورك.

5. بمجرد تنزيلك لهذه التطبيقات فإنها تستطيع استغلال كاميرا جوالك وكذا المايكروفون!

6. التطبيق قادرعلى أخذ معلومات عن جهازك وعن الشبكة المتصل بها.

وانطلاقاً من هذه المحاذير ثمة احتمال لوجود ثغرات للتجسس على المستخدم من خلال تسريب الصور أو الفيديوهات أو المعلومات المتبادلة بين الأطراف.

6 - سناب شات Snapchat)

وهي عبارة رمزية تعني اللقطة المصورة. (snap) سناب، كما تعني(chat) شات محادثة، وبهذا يعني المطلح: محادثة بالصور.

يعتبر تطبيق «سناب شات» من أهم وأبرز التطبيقات الحديثة، حيث انتشر بين الشباب ومستخدمي الهواتف الذكية وأصبح له شعبية كبيرة، خصوصاً بعد الإعلان عن ميزة رسائل الفيديو لأجهزة «آيفون»، التي تجعل الشخص قادراً على تسجيل مقطع فيديو مدته 10 ثوان. كما تم إطلاق تلك الميزة في الأجهزة التي تعمل بنظام «أندرويد». استخدام هذا التطبيق على النسخ وأشارت بعض الأبحاث إلى أن عدد مستخدمي «سناب شات» يصل إلى 4000 مليون صورة يومياً.

ولكن التحديث الجديد على نظام «أي أو إس» يتميز بإعادة الرسالة وإمكانية مشاهدتها مرة أخرى، حيث أصبح هذا التطبيق يمكّن مستخدميه على أجهزة أبل الذكية من مشاهدة رسالة واحدة فقط يومياً من الرسائل الواردة مرة أخرى، وبعد ذلك يقوم خادم «سناب شات» بمسحها، كما يتصف التطبيق بميزة المرشحات الذكية التي تجعل المستخدم قادراً على وضع درجة الحرارة الحالية على الصور التي يقوم بإرسالها لأصدقائه. ويتميز التطبيق بالمرشحات البصرية التي تضيف مؤثرات على الصور، بالإضافة إلى إمكانية كتابة تعليق على الصور المرسلة، وكذلك إمكانية تفعيل الفلاش الضوئي خصوصاً في الصور التي تم التقاطها من خلال الكاميرا الأمامية، كما يتميز بإمكانية تحديد وقت معين لأصدقائك لمشاهدة الصورة التي قمت بإرسالها، وبعد انتهاء هذا الوقت يتم مسح تلك الصورة وحذفها بشكل نهائي.

سلبيات «سناب شات»:

من سلبيات «سناب شات» أنه من أكثر التطبيقات المعرضة للقرصنة، حيث يقوم القراصنة باستخدام ميزة البحث عن الأصدقاء الموجودة في التطبيق، ويحصلون على معلومات عنهم من قاعدة البيانات، وبالتالي يستطيعون الوصول إلى اسم حساب المستخدم والمشاركات التي قام بها، والاسم الذي يظهر به لأصدقائه. كما يمكنهم استخدام برنامج لتوليد أرقام هواتف عشوائية، ويحصلون على كل المعلومات عن الحسابات الموجودة والمطابقة لتلك الأرقام، كذلك يقومون بإنشاء حسابات على خدمة التراسل الفوري بشكل تلقائي، وقد تستخدم تلك الحسابات لأهداف تسويقية أو لإرسال بعض الرسائل المزعجة لمستخدمي التطبيق، أو تعطيل بعض الحسابات، مما جعل الكثيرين يشعرون بالقلق خصوصاً بعدما قام عدد من قراصنة الإنترنت بتحميل حسابات 4.6 شخص كانوا قد أنشأوا حسابات شخصية لهم على التطبيق من خلال الهواتف الذكية، وحصلوا على كل بياناتهم الشخصية، وقاموا بنشرها على موقع يسمى «سناب شات دي بي». وقد أكد مطورو التطبيق أنهم يعملون على التخلص من تلك الثغرات واتخاذ كل التدابير لحماية حسابات الأشخاص، وتقليل عمليات القرصنة، واستخدام الخدمة بشكل سيئ. ومن السلبيات أيضاً القدرة على حذف الرسائل الأمر الذي يدفع إلى الغش في الامتحانات، وكذلك إرسال الرسائل أو الصور التي تندرج تحت ما يسمَّى التحرش.

حكاية الانطلاق

بدأت فكرة «سناب شات» بجملة نطق بها ريجي براون أمام صديقه إيفان شبيغل من جامعة «ستانفورد»، حيث قال إنه يتمنى أن تختفي الصور التي يقوم بإرسالها إلى صديقته، فهبّ الأخير من مكانه وقال إن هذه الجملة فكرة تساوي مليون دولار، لكنه كان مُخطئاً تماماً لأن الفكرة تُقدر اليوم بـ 19 مليار دولار أميركي.

لقد تنبّه إيفان على قوّة فكرة ريجي ورغب في تحويلها إلى تطبيق لتبادل الصور التي تختفي بعد مدة من الزمن، وبسبب نقص خبرتهما التقنية استعانا بـصديقهما بوبي مورفي الذي قام ببرمجة التطبيق بشكل كامل. وخلال عام 2011، قام الثلاثة بالعمل على التطبيق الذي حمل في ذلك الوقت اسم «بيكتابو»، حيث قام إيفان برسم شعار التطبيق الذي يُستخدم حتى يومنا هذا، وشغل في الوقت نفسه منصب الرئيس التنفيذي، وشغل بوبي منصب المدير المسؤول عن الجانب التقني في الشركة، فيما شغل ريجي منصب مدير التسويق.

لكن الخلاف الذي حصل بين إيفان وريجي حول ترتيب ظهور الأسماء في براءة الاختراع، بالإضافة إلى مُطالبة ريجي بالحصول على حصّة أكبر تصل إلى 30 % لأنه صاحب الفكرة، أدى إلى مشكلات كثيرة وصلت إلى حد طرده من الشركة، وقام إيفان وبوبي بتغيير اسم التطبيق إلى «سناب شات»، وبعد ستة أشهر تقريباً، وتحديداً في ربيع عام 2012، نجح التطبيق في الوصول إلى 100 ألف مستخدم، إلا أنه في المقابل بدأت التحديات تأتي من جديد وتحديدًا من جهة الخوادم التي بدأت كلفتها الشهرية بالارتفاع إلى حد يفوق ميزانية فريق العمل. وهذا ما دفع شركة «لايغسبيد» إلى تمويل مؤسسي التطبيق بمبلغ 485 ألف دولار للتخلص من المشكلات التي تعترضهم، وفور تسلمه المبلغ، قرر إيفان الخروج من الجامعة للتفرّغ بشكل كامل للعمل على التطبيق، وإطلاق نسخة لنظام «أندرويد» مع نهاية العام، حيث عمل التطبيق لمدة سنة تقريبًا على نظام «آي أو إس» فقط.

عام 2013، كان عام السعد على الشركة، حيث وصل عدد المشارَكات اليومية إلى أكثر من 60 مليون مشارَكة، وبالتالي ارتفعت قيمة التطبيق إلى 13 مليون دولار تقريباً، وهنا ظهر ريجي إلى الواجهة من جديد، كيف لا وقد وصلت قيمة فكرته إلى 13 مليون دولار، فرفع دعوى قضائية مطالباً بحقوق الملكية الفكرية في تطبيق «سناب شات». لكن فريق عمل التطبيق لم يكترث لهذه المشكلات وتابع مسيرة النجاح في الوصول إلى 150 مليون مشاركة يوميًا في صيف عام 2013، وارتفعت بذلك قيمة التطبيق إلى 800 مليون دولار تقريبًا، وحصل على تمويل بقيمة 80 مليون دولار.

من جديد، عاد ريجي إلى الواجهة، وبدأ بنشر مُحادثات بينه وبين إيفان تمت بالبريد الإلكتروني أو الرسائل القصيرة لإثبات ملكيته فكرةَ التطبيق، وبالتالي الحصول على تعويض مادي. وبما أن إيفان وبوبي لم يكترثا بل تركا القضية للمحامين، وصبَّا كل اهتمامهما على التطبيق الذي أثار حفيظة مؤسس موقع « فايس بوك» مارك زوكربرغ الذي عرض دفع مبلغ 3 مليارات دولار للاستحواذ عليه، إلا أن إيفان رفض المبلغ فوراً لأنه كان يعلم ما الذي ينتظر التطبيق في المستقبل.

خلال هذه المدة، أضاف فريق عمل «سناب شات» ميزات جديدة لمنافسة بعض التطبيقات الأخرى مثل «إنستغرام» الذي قدّم ميّزة الرسائل المُباشرة فلاقت نجاحاً كبيراً. ولم يكن عام 2014 كسابقه أبدًا، فالتطبيق عانى مشكلات تتعلق بالخصوصية والأمان، فضلاً عن دعاوى قضائية تتهمه بانتهاك اتفاقية الاستخدام، إلا أنه ومن جديد تابع فريق العمل مهمته في تقديم ميزات جديدة معتبراً أن هذه المشكلات تحل سواء بالمال أو بالقضاء. وبالفعل، مع نهاية ذلك العام، وصلت الدعوى القضائية بين ريجي ومالكي «سناب شات» إلى خواتيمها، حيث نشرت الشركة تدوينة

رسمية ذكرت فيها أن ريجي هو صاحب الفكرة وتشكره على إسهاماته في التطبيق وتحويله إلى فكرة على أرض الواقع.

7 - يوتيوب (YouTub):

يوتيوب هو موقع ويب يسمح لمستخدميه برفع التسجيلات مجاناً ومشاهدتها عبر البث الحي (بدل التنزيل) ومشاركتها والتعليق عليها وغير ذلك. أسسه في 14 فبراير (شباط) سنة 2005 ثلاثة موظفين سابقين من شركة باي بال هم: تشاد هيرلي وستيف تشين وجاود كريم، في مدينة سان برونو، سان ماتيو، كاليفورنيا، ويستخدم تقنية برنامج «أدوبي فلاش» لعرض المقاطع المتحركة. ومحتوى الموقع يتنوع بين مقاطع الأفلام، والتلفاز، والموسيقى، والفيديو المنتج من قبل الهواة، وغيرها. وهو حالياً مزود بـ67 موظفاً. وفي تشرين الأول 2006 أعلنت شركة Google التوصل إلى اتفاقية لشراء الموقع مقابل 1.65 مليار دولار أميركي، أي ما يعادل 1.31 مليار يورو. وقد اختارت مجلة «تايم» الأميركية موقع يوتيوب كشخصية هامة عام 2006 لدورِه في إعطاء الفرصة لزواره في إنتاج المواد التي يعرضونها فيه.

8 - البريد الإلكتروني (EMAIL):

البريد الإلكتروني «EMAIL» هو من أشهر الخدمات التي تقدمها الشبكة المعلوماتية في الوقت الحالي، اخترع عام 1972 من طريق رايد كومنسون الذي تمكن من إرسال أول رسالة إلكترونية. واليوم، وبعد مرور حوالي 45 سنة، أصبح ضرورة اتصالية حقيقية، ومن مميزاته إمكانية إرسال الرسائل مرفقة بصور أو وثائق... بالإضافة إلى توفير العديد من المواقع والخدمات بالمجان، وهي وسيلة سهلة وبسيطة وفي متناول الجميع.

9 - مواقع متنوعة:

تزخر شبكة الإنترت بالكثير من المواقع الإلكترونية التي تفيد في أمور التواصل والعمل والتسلية وغيرها من الأمور، وفيما يلي جولة على عدد منها:

Pinterest :

يسمح موقع (Pinterest) لمستخدميه بتحديد صفحة أو موقع معين وتعليقه على لائحتهم. وهو يستخدم للتخزين والجمع والتبادل. والعناصر التي تُحفظ، يُطلق عليها اسم «بينز»، أي

دبابيس. كما يسمح بمتابعة اهتمامات الأصدقاء وأفراد العائلة.

: Google plus

تملك شركة «غوغل» تطبيق (Google plus) الذي يتيح لمستخدميه إنشاء صفحة خاصة بهم تحتوي على صورهم، ومعلومات شخصية عنهم، كالسيرة الذاتية. كما يسمح لهم بتبادل الصور مع الأصدقاء أيضًا. وهو يضمُّ زر «بلاس1» مشابهاً لزر «لايك» في موقع «فايس بوك».

:Linkedin

أُنشئ موقع (Linkedin) سنة 2003، وهو مزيجٍ بين «فايس بوك» و«غوغل بلاس»، لكن بدلاً من إضافة الأصدقاء والعائلة ونشر صور الرحلات، سيكون للتواصل مع الشركات وزملاء وأرباب العمل.

يعمل الموقع على مستوى الفرد كسيرةٍ ذاتية إلكترونية، حيث يضيف معلوماتٍ عن دراساته وشهاداته والخبرات التي اكتسبها. كما يتيح إضافة صورة شخصية، معلومات التواصل، الأوراق البحثية، الهوايات وأشياء أخرى، ليتسنّى للموظّفين الاطّلاع عليها واختيار ما يناسب الوظائف الشاغرة بشكلٍ دقيق. كما يؤمّن لأرباب العمل بحثاً واسعاً ضمن السّير المهنيّة للأشخاص.

ويعطي الموقع للشركات منصّة لتقديم معلوماتٍ عن الشركة للمهتمين، وعرض الوظائف المتوافرة، كما يعمل منصّة أخبار للموظفين بالشركة. كذلك يمكن أن يعمل صفحة شخصية للأخبار الشخصية المهمة، فمثلاً من الممكن لربّ العمل أن ينشر أخبار الشركة ومناسباتها على صفحته، ويمكن للموظفين رؤيتها على شكل newsfeed بدلاً من إرسالها إلى بريدهم الإلكتروني.

:tumblr

ابتكر ديفيد كارب موقع (tumblr) «تمبلر» عام 2006. وهو يمكِّن مستخدميه من نشر ما يريدون من صور وفيديوات ونصوص على شكل مدوّنة قصيرة. كما يمكّنهم من تبادل الروابط مع بقية المستخدمين. ورمز الهاشتاغ (#) هو الطريقة المثلى التي تتيح للمتتبعين إيجاد ما نشره المستخدم.

:VK

موقع روسي يُستخدم في أوروبا أيضًا. وعلى الرغم من أنّه متوافر بلغات متعددة، إلّا أنّ اللغة الروسية هي الأكثر تداولاً فيه، وهو يستخدم بشكلٍ أساسي لتبادل الرسائل، الصور، الفيديوات، النصوص، الخرائط، ... كما يمكّن المستخدمين من نشر أخبار ومقالات من المجلات، وإبداء إعجابهم بها.

: flickr

هذا الموقع استحوذت عليه «ياهوو» عام 2005. وهو يقدم الموقع ثلاثة أنواع من الحسابات: الأوّل مجاني مع مساحة محدّدة للتخزين، الثاني مجاني وبالمساحة نفسها لكن من دون الإعلانات، الثالث يقدّم ضعف المساحة ويسمح بنشر الرسائل والصور والفيديوهات.

:Vine

تأسس الموقع في حزيران من العام 2012، ومنذ ذلك الحين يسمح لمستخدميه بتعديل أفلام ترواح مدتها من 5 إلى 6 ثوانٍ وتسجيلها وتحميلها. ويمكّن المستخدمين من متابعة بعضهم، وإعادة نشر ما نشره الآخرون. كذلك نشر الفيديو على كلٍ من «تويتر» و«فايس بوك» في الوقت نفسه.

:pennystocks

إذا حاولت الدخول إلى هذا الموقع فستجد أي حركة تحصل الآن على أشهر المواقع، لأنه عبارة عن منصة لمشاهدة تزايد نشاط المستخدمين على أشهر المواقع، من عدد المشتركين والمشاهدات واللايكات...إلخ.

:map.ipviking

يعد من أفضل المواقع التي يمكنك عبرها مشاهدة الهجمات الإلكترونية التي تحدث الآن بشكل مباشر عبر الإنترنت، حيث يعطيك الموقع معلومات عن الهجمات وخريطة تفاعلية لأهم الدول التي تتعرض لهذه الهجمات، حيث تشاهد بشكل مباشر أن الولايات المتحدة الأميركية أكثر تعرضاً لها.

:apowersoft

قد تحتاج إلى تسجيل صوتك «أون لاين» من دون استعمال أي برنامج، بالتالي يمكن استعمال هذا الموقع الذي يسمح بتسجيل الصوت بجودة عالية، وما يحتاجه منك فقط أن تتوفر على java مثبتة على حاسوبك.

:mandific

هذا الموقع يسمح لك بإنشاء أشكال مختلفة بالاعتماد على اسمك أو على كلمات تقوم

بإدخالها بنفسك، ويوفر بعد ذلك تغيير اللون وحجم الأشكال..إلخ، وحين تضغط على done سيطلب منك الموقع نشرها على فايس بوك أو تويتر، لكن يمكن استعمال بعض البرامج لتصوير الشكل وحفظه على حاسوبك.

:ruzzit

هذا الموقع يمكّنك من معرفة الفيديوهات أو الصور...إلخ الأكثر اهتماماً من قبل المستخدمين حول العالم، سواء كان ذلك على يوتيوب أو على فايس بوك وتويتر ومواقع أخرى عديدة.

:dashlane

هذا الموقع يمكّنك من فحص بريدك الإلكتروني للتأكد من مستوى حمايته والمعلومات المتوافرة داخل الرسائل. فبمجرد الدخول إلى الموقع تضغط على Scan My inbox، ثم تقوم بتسجيل الدخول إلى أي بريد إلكتروني تريد فحصه.

:movbucket

هذا الموقع يوفر لك أداة فعالة، حيث يكفي أن تقوم بنسخ رابط التحميل من أي موقع أفلام التورنت، ثم وضعها في الأداة والضغط على Stream it، وهكذا سيبدأ في تشغيل الفيلم من دون أن تقوم بتحميله.

"حياة الصورة وموتها"

للفرنسي ريجيس دوبريه

الميديا بعين فلسفية

قراءة: محمد بنعمارة

"حياة الصورة وموتها"
الميديا بعين فلسفية

قراءة: محمد بنعمارة



كتاب "حياة الصورة وموتها" هو أحد أبرز الكتب التي صدرت حديثاً حول عالم الميديا في خلال العقدين الأخيرين. مؤلف هذا الكتاب هو المفكر الفرنسي ريجيس دوبريه الذي يعد من كبار المفكرين المعاصرين الذين أثروا الساحة المعرفيّة بتفكيرهم العلمي والفلسفي خاصة في مجال الوسائط الحديثة للاتصال، كما أنه عاش تجربة كفاح مع تشي غيفارا، واشتغل مستشاراً لفرنسوا ميتران في الثمانينيات.

يعدّ هذا الكتاب من أهم المصنفات الفكريّة في مجال الصورة، إذ يقدم لنا نظرة تحليلية عميقة، مغايراً للكتاب المتقدم عليه " دروس في الوسائطية العامة "، فهذا أقل تنظيراً وأكثر تحليلاً، و لا يقوم ببناء نظرية بقدر ما يمنحنا العناصر الكفيلة بتمثلها، فقيمته تكمن بالأساس في منظوره الفلسفي، وفي غناه الفكري، و طابعه التساؤلي والنظري.

يتمحور بحث دوبريه حول الوساطات التي تتكفل بإرسال المعلومات والكائنات والحالات المادية والذهنية وتناقلها، مرتكزاً على البعدين الزمني و التاريخي معاً، بذلك تغدو الوسائطية منظوراً جديداً لمعطيات الحياة والوجود. وتتضح قيمته في الرؤية العميقة والاستكشافية، والاحاطة الشاملة بتاريخ الصورة منذ بزوغ فجر الإنسانية، مروراً بالحضارات المختلفة: الإغريقية، والبيزنطية، والرومانية والعصور الوسطى. كما يدور الكتاب حول السنن اللامرئية للمرئي أي الطريقة التي بها يمنح العالم نفسه لنظر أولئك الذين يرونه من غير أن يفكروا فيه. فهو نص مفصليٌّ للتفكير في تاريخ الصورة، ومفتاح أساسيٌّ للتمييز بين الوسائط الحديثة وإدراك الفروقات الخفيّة فيما بينها.

ينقسم الكتاب إلى أبواب ثلاثة، بدورها موزّعة على فصول عدّة، تقوم عموما بتحليل تطور الصورة على أمد العصور وصولاً إلى عصر الشاشة والتلفاز. من ثم يضع بين يدي القارئ اثني عشرة أطروحة ومسألة. وقد جرى تنظيم الأبواب والفصول على الشكل الآتي:

1 - مرحلة تكوين الصور: الولادة بالموت، التواتر الرمزي، عبقرية المسيحية، نحو مادية دينية.

2 - أسطورة الفن: اللولبية اللانهائية للتاريخ، تشريح شبح "الفن القديم"، جغرافيا الفن، العصور الثلاثة للبصر، الديانة اليائسة.

3 - ما بعد الفرجة: يوميات كارثة، مفارقات عصر الشاشة، جدلية التلفاز الخالص.

مرحلة تكوين الصورة

يقول دوبريه:" لولادة الصورة علاقة وطيدة بالموت. لكن إذا كانت الصورة العتيقة تنبثق من القبور، فذلك رفض منها لك، كلما انمحى الموت من الحياة الاجتماعية غدت الصورة أقل حيويّة، وغدت معها حاجتنا للصور أقل مصيريّة".

عرض دوبريه مصادر الصورة مبتدئاً بالعصر الحجري، بحيث اِرتبطت صور ذلك العصر بالقبور واللحود وعظام الموتى، والعلامات الجنائزيّة، والجداريات المليئة حياة في المقابر وغيرها، ما يشكل ألبوماً لتطور الصورة في الماضي البعيد، و كيفية اختلافها من مرحلة لأخرى. ومن ثم يمدنا المؤلف بالمعجم المعتمد على الرغم من نسبيّة موثوقيّة الإتيمولوجيا إلا أنها تشير للمعنى. فأغلب المصطلحات ترتبط بشكل كبير بالصورة، على غرار الشبح والقناع الشمعي و التماثيل و غيرها. هذه الأمور تمثل ثقافة شعوب، إذ بها يتم الحفاظ على إرث هذا الشعب، من قبيل تقديس الأجداد و النبلاء. فلقد كان لا بد لهؤلاء أن يعيشوا من خلال الصورة. الأمر أعمق من ذلك فثقافة الإغريق تقوم في فهم الحياة على أنها مرتبطة بالرؤية والموت وفقدان البصر، وليست مرتبطة بالتنفس. كما تعتبر الصورة قبل الفكرة، فإن فكرة الموت بوصفها بعثاً أو سفراً ومروراً فكرة متأخرة في الزمن وثانوية، فتصاوير الخلود سبقت مذاهب التعلق بالحياة.

يواصل المؤلف استكشاف مركزية الصورة في العصور القديمة فيرى أن الانسان قد سما بتفكيره من المرئي إلى اللامرئي، ومن العابر إلى الخالد، ومن الإنساني إلى الالهي. فمرحلة المرآة الإنسانية الحقيقية تتمثل في تأمل الذات في النظير أو الشبيه، ورؤية ما هو مغاير للمرئي في المرئي القريب.

يغوص دوبريه في أعماق الحضارات القديمة متقصياً ومستكشفا أدق التفاصيل ليستنبط لنا

مركزية الصورة من حيث دلالتها، ومواطن استعمالها، والحكمة منها. فبعد نحت الصورة وصبغها تصبح أصلاً، وتصبح بطبيعة وظيفتها وسيطاً بين الأحياء والأموات، والناس والألهة، وبين المجموعة البشرية ونشأة الكون. الصورة في نظر المؤلف ليست غاية في ذاتها وإنما هي وسيلة للتأليه، والدفاع، والفتنة، والإشفاء، والتعليم. بل يرى أكثر من ذلك أن الصورة وسيلة حقة للبقاء على قيد الحياة، فهي روح العالم وتناغم للكون. كما أن فضيلتها الميتافيزيقية تجعلها صالحة للاستعمال وضرورية.

يرى المؤلف أن الصورة ذات فضائل لأنها رمزية بحيث تعيد تكوين المشتت، وهذا يتطلب الإحالة على طرف ثالث ترميزي يمكّن من إقامة علاقة معيّنة بينها وبين رائيها، وبطريقة غير مباشرة بين الرائين أنفسهم. وهذا ما أراد المؤلف أن يشير إليه تحت عنوان الإرسال والتعالي ؛ أنه ليس ثمة من إرسال من دون تعال ولا طاقة من غير فارق الارتفاع، فبنية التعالي والتجاوز والارتفاع تفسر وتعطي الإمكانيّة للترابط والتّعالق. ولأن هناك فوق المجموعة غياباً أساسياً يلزم إصلاحه فإن الصورة والكلمة تشتغلان عامليَ ربطٍ ووصلٍ. إنّ خطأ وقتنا الحالي يكمن في الاعتقاد بإمكانية خلق مجتمع بالتواصلات، أو ثقافة بتجهيزات ثقافية فإننا نفكر في التواصل خارج كل دلالة ونضع اللجام قبل الفرس. لذا فإن الوسائطية تفضّل الحديث عن الإرسال، لأن المهم في هذا المصطلح هو انطواؤه على العبور أي المحرك الحقيقي للانتقال.

اللولبية اللانهائية للتاريخ

يبدع دوبريه في تشخيص الواقع وتقديم الأفكار المناسبة فيرى أن فرجة الصور تغوص بنا في ثلاث مدد متباينة ومتزامنة في آن: الزمن خارج الزمن المتعلق، والزمن المتوسط لدورة الصور الذي تأخذ فيه هذه الصورة وتلك مكانها، ثم الزمن الخطي الطويل لتاريخ الإنسان؛ الحيوان الوحيد الذي يترك أثراً.

يعرض دوبريه دراسات الفلاسفة ونظرتهم للصورة و للتاريخ ويقوم بشرحها وتفصيلها؛ فيقول: إنّ الفيلسوف يملك كل الحق في تمني موت الفن حتى يحتكر الحقيقة ويستخلص وحده جوهرها. من ثم يقدم رأيه عارضاً الأسباب والمؤثرات والنتائج التي تفصح عنها هذه الدراسات، بل يدافع بشكل مستميت عن الفن من بعض هذه الدراسات خاصة دراسة هيجل التي يعتبر فيها أن الفنان مثله مثل البطل لا يعرف ما يفعل، ولو كان يعلم ما يفعل لكان فيلسوفاً. فيقول فلنحلم من جهتنا بتاريخ للفن بالشكل الذي يمكن أن ندافع عنه جميعا ومن دون أن نناقض أنفسنا. بل يذهب إلى

أبعد من ذلك فيقول إن الفن خالد وإن كان قد مات في التاريخ الغربي للأشكال لكن موت الفن ليس موتاً للصورة التي ستستمر مادام هناك ناس يعرفون أنهم سوف يموتون.

يرى المؤلف أن الصورة المتحركة عرفت ثلاث مراحل: الوثائقية، الفرجوية، الكتابية. وفي الستينيات جاءت العودة إلى التسجيل المباشر للصوت، وإلى سينما الحقيقة، والتصوير في الخارج من غير سيناريو أو حوارات متقنة.

أما بالنسبة للّولبيّة يرى دوبريه أن عقداً واحداً من القرن العشرين يعايش مرور نفس مقدار اللوالب التي تلقاها القرن الخامس عشرالأوروبي الذي حقق وحده مسيرة مساوية للعصر الحجري الأول الذي تقاس فيه الأساليب بألاف السنين.

لم يكتف المؤلف بطرح رأي الفلاسفة والمفكرين بما يخص رمزية الصورة، ودلالتها، وتطورها، بل غاص حتى في المسائل المعجمية ليعرّفنا المصطلحات القديمة، الإغريقية خاصة. كما يقوم بالاستدلال على صحتها مما يظهر لنا مدى تعمّقه في تاريخ الفن من دون أن يغيب عنه شيء، فكل ما أثاره اِستدل عليه، كما أنه تعمّق في دراسة عدّة مجالات من قبيل الشِّعر، والطرفة، والخرافة، والقضايا الفلسفية والتاريخية.

ومن المفارقات التي يذكرها دوبريه بين الإعلام القديم، والإعلام الجديد، أن الجديد أورثنا غفلة بصرية تدين بالكثير للثورة في المواصلات السلكية واللاسلكية والنقل. فمع اِنمحاء المسافات، اختفى الاحساس بالمدى الترابي ومعنى المعيش الواقعي، والبرّانية الخالصة. لقد غدا كلّ شيء قابلاً للامتلاك بسرعة وبلا جهد. فالفن التشكيلي بطيء بينما المعلومات سريعة. كما أن العصر البصري يقصّر الأزمنة، وهو ما يريده عصر الشاشة، السائل والمرتحل، عصر الانتقال والمرور، حيث تغدو سرعة اضطرارية الأشياء الصلبة والمتماسكة سائلة والخصائص ملساء ومسطّحة.

كما يرى المؤلف أن الفن البصري يمتلك قدرة على الانتشار لا تضاهى لكن انتشاره لا يترك أثراً. كما أن انتشار السينما عبر التلفزيون يقابل أمركة الفضاء الأوروبي. وكما أن الفيلم الروائي والفيلم القصير لهما طابع وطني "طبيعي" وفقد الكليب والمسلسلات الميلودراميّة كل خاصية جهوية. وبنظر المؤلف فإن الصورة الحاسوبية أقلعت من المحسوس إلى السماء، فالفن العالمي يجعل نظرتنا نظرة سائلة ومعلقة فوق الأرض وهو ما يجري في المعارض وراء اللوحات الحقيقية.

ما بعد الفرجة

يضيء لنا ريجيس دوبريه على تاريخ دخول الصورة في العالم الجديد، ويعتبر أن جهاز الديوراما هو من أدخل الصورة الغربية في العصر الآلي الجديد وكان ذلك في سنة 1822. كما يرى أن الدخول الفعلي للعالم الجديد، كان في السبعينيات باستعمال التلفزيون بالألوان. ومثل تاريخ 18 أوغست 1839 منعطفاً بحيث تم فيه تدشين المرحلة الطويلة لانتقال الفنون التشكيليّة إلى الصناعات البصرية، حين أعلن أراغو اختراع الجهاز الجديد لدراسة الطبيعة. من ثم تمّت المصادقة على قانون يعتبر الفوتوغرافيا من المآثر الروحية يتم حمايتها كحماية الكتاب واللوحة.

يظهر الطابع الفني والإنساني لريجي دوبري من خلال مواقفه من هذا التطور، فبعد عرض تطور الصورة الجديد الذي بدأ في نهاية القرن الثامن عشر بالمنساخ، ثم الظل أو الشبح المقطّع (الراسم الفيزيولوجي) ؛ وهو الجهاز الخاص بطبع الصور الجانبيّة للأشخاص. من ثم الصورة الشخصية المصغرة الحرفية والسريعة. ثم ظهرت الصورة المعتمدة على غبار الفضة؛ وقد حضيت باستقبال من قبل الجانب الليبرالي لليسار. يقول دوبريه:" نحن على علم اليوم وهو ما يواسينا أن الصور كلها كذب و ستغدو أكذب مع ظهور الصورة الرقمية".

يرى المؤلف أن الإشارة التلفزيونية تقود إلى وثنيّة من نمط جديد؛ فهي تشتغل وفق مبدأِ اللّذة. في حين أن الصورة العتيقة كانت تشتغل وفق مبدأِ الواقع. وقد اعتبر الأمر بمنزلة انقلاب لن يمرّ من دون مخاطر قد تؤثر في التوازن الذهني للجماعة. وهذا ما فسّر به علاقة الوسائط الإعلامية بعضها ببعض، حيث إنها أنانية في التحدث عن نفسها وتدير وجهها للواقع. يقول دوبريه:"البصري يتواصل ولا رغبة له في غير ذاته. ذلك هو دوار المرآة، فالوسائط الإعلامية تتحدث أكثر فأكثر عن الوسائط الإعلامية. وفي الجرائد تتوسع صفحة "التواصل" أكثر فأكثر مقلّصة بذلك من حصة الأخبار (المتعلقة بالعالم الخارجي)، بما أن الوسائط لا يمكنها في عالم إعلامي كلية إلا أن تشهر نفسها في الوسائط الإعلامية إلى حد محو تلك الخانة الفارغة وذلك النقصان الخارجي الذي ظل ينظم بواطننا والذي كنا نسميه "الواقع".

وكون السينما عملاً فنياً، فإن لها متفرجيها المتطوعين الذين تحمّلوا عناء التنقل إليها في قاعاتها. أما المنتوج التلفزيوني، فله مستهلكوه الذين يُرضون طلباتهم عن بعد دون أن يتركوا قاعة جلوسهم. لذا، يحيل التلفاز على الهاتف وعلى تاريخ الاتصالات السلكية واللاسلكية، فيما تحيل السينما على الفنون الجميلة. لذلك، فإن عاشق التلفاز هو كائن منزلي قابل للتحكّم والمراقبة،

أما عاشق السينما فإنه بدوي مرتحل غير قابل للضبط والمراقبة. يصنع للتلفاز الناجح جمهوره. أما السينما الجيدة فإنها تهشّم المرآة العاكسة. يصنع التلفاز الأهالي، أما السينما فترسل الخونة لوسطهم الأصلي" أو الإنسان الكوني الرحال".

يعد التلفاز جهازاً إيديولوجياً نرجسيًّا يؤكد انتماءً معيناً، فيتّسم بوظيفة اجتماعية في المقام الأول، حيث تمنح الصورة المنزلية الطمأنينة وتعمّق الروابط الاجتماعية. في حين أنّ وظيفة الصورة السينمائية المعروضة هي وظيفة الحلم الهروبية والهاربة في القاعة. وهو ما يجعلها الانفلاتات الذهنية والجسمية.

يتوصل دوبريه، بعد عرض هذه المفارقات، إلى شهادة مشدودة إلى الواقع الحالي والماضي، فيما تكون الصورة السينمائية تنبّؤيّة، لكن من دون أن تعلم ذلك أو ترغب فيه.

تتفوق السينما بالحرية في التحكم الداخلي في العالم الخارجي من خلال تقريب البعيد وإبعاد القريب، وذلك بواسطة سلسلة من المسافات والهروب والتقهقر، حيث تنتج الذات حريتها باختيار ما هو قريب أو بعيد منها كل لحظة. وهذا ما يعطي السينما القدرة على النجاح في المرور إلى الرمزي. بينما الصورة التلفزيونية يرى دوبريه أنها تتلقى فضاءها عوض أن تنظّمه، مما يجعلها حبيسة مجال الإشارية أو المتخيل (ولا ترقى إلى المجال الرمزي).

بذلك يخلص ريجيس دوبريه إلى أن ما تقدم يجعل من الصورة السينمائية حافزاً على النمو والصورة التلفزيونية سبباً في التقهقر، فالمراهق يصبح راشداً عبر الشاشة الكبرى والراشد صبياً عبر الشاشة الصغرى.

كما يستنتج دوبريه أن هناك تاريخاً للسينما، والسينما بدورها تاريخ. إنها مثل رواية. على العكس من ذلك، ليس هناك تاريخ للتلفزيون لأنه اللحظة، وهو في ذلك مثله مثل الجريدة. "أما البرنامج التلفزيوني الذي "لاقى النجاح" حتى ولو احتضنه المركز الوطني للسمعي البصريINA بمعاييره الصارمة، فهو يموت مباشرة بعد بثّه. الحضور الدائم للصورة في نظر دوبريه يبدو عاملاً لتفكيك نظام آليات التفويض الديمقراطي، ليس فقط لأنها تشجع العلاقات أكثر من المضمون، وتضحي بالاستدلالات المفصّلة لصالح الجملة القصيرة، بل لأنها تتجاوز الوساطات التي تقوم بها الأوساط الحقوقية، والمؤسساتية، فإنها تُفرغ من الحيوية الهيئات المنظّمة للجمهورية، كالبرلمان والعدل والمدرسة... إن استوديوهات التلفاز لا تشكل امتداداً للبرلمان وإنما تأخذ مكانه. وهو ما يجرّد الممثلين المنتخبين بشكل منتظم من امتيازهم لصالح البيوقراطيين.

يرى دوبريه أن مراقبة وسائل الإعلام للحكومات وأعمالها لشيء سليم، لكنّه يثير سؤالا: من سيراقب المراقبين إذا كانت السلطة الإعلامية هي الوحيدة من بين السلطات الأربع للديمقراطية الإعلامية، التي لا تقبل سلطة مضادة؟

إن كنا قد قطعنا أشواطاً متقدمة في الانغماس في وسائل الإعلام بمختلف توجيهاتها، إلا أن قراءة كتاب "حياة الصورة وموتها" يضيء لنا تاريخ الإعلام من العصر الحجري إلى يومنا هذا. فينير فكر من لا خلفية له على الموضوع، كما يؤسس بنية سليمة لمن يريد أن يتفقه في علم الإعلام أو يتخصص. بل إن هذا الكتاب يعطي الأسس البنيوية لعلم الإعلام حتى يصبح بمقدور القارئ أن يشخّص عصره بشكل سليم، ويستطيع أن ينجو من الفتنة الإعلامية ليكون في صف أصحاب البصيرة النافذة.

الكاتب: ريجيس دوبريه

الكتاب: "حياة الصورة وموتها"

المترجم: الدكتور فريد الزاهي

الإصدار: دار افريقيا الشرق 2002

ترجمة ملخصات المحتوى

(بالانكليزية والفرنسية)

Summaries of Researches and Articles

Sommaires des articles et des recherches

Science à propos de l›information, de la misinformation et de la désinformation». Cet exposé appartient à deux chercheurs croates de l'Université de Zagreb: Miroslav Tudjman et Nives Mikelic.

La conclusion de l'article pose la question suivante: comment distinguer entre les fausses informations et les informations trompeuses? Elle estime que les participants dans les processus de communication interactionnelle (notamment dans les médias interactionnels /www) tendent à changer leurs intentions, leurs objectifs, leurs décisions et leurs actes –ainsi que ceux d'autres participants dans le processus de communication. C'est pourquoi les informations vont être affectées: les changements ont la forme d'erreurs techniques sémantiques et sociales, et conduisent à trouver les informations, les fausses informations (misinformations) et les informations trompeuses (desinformations) qui deviennent des questions acceptables et utiles à l›égard de la science des informations.

Sur les «Sites des réseaux sociaux» on lit un exposé sur les sens des mots-clés qui articulent ce monde. Cet exposé examine la définition des techniques des sites des réseaux sociaux, des notion-clés et des symboles utilisés dans le réseau d'internet; il évoque également les moyens utilisés pour transmettre les messages et les commentaires. Notons que cet exposé est un chapitre d'un ouvrage de Khodor Ibrahim Haïdar intitulé «Les médias», Edition Centre Islamique des Études Stratégiques.

Dans la rubrique «Espace des livres», on lit un exposé analytique sur l'œuvre de Régis Debray: *Vie et mort de l'image*

La chercheuse égyptienne Sabrine Zaghloul Assayed a écrit «L’emprise du Média, ou le monde virtuel et son effet sur la société civile». Cet article apporte une clarification sur l’effet de la révolution médiatique sur les milieux de la société civile des cotés éthiques et culturels, et les tendances de la conduite générale. La chercheuse a abordé cette question à partir des principales hypothèses et théories, en relation, établies par le sociologue français Jean Baudrillard.

Dans la rubrique «Mountada al-Istighrab», on lit un colloque international sur les médias entre la culture de la réussite et le vide de la connaissance. Des experts français y ont participé.

Ce colloque est une des étapes principales dans le débat sur l’effet des médias modernes sur la vie sociale et politique en Europe. Le colloque a été organisé à Paris le 23 novembre 2002, sous les auspices de l’**Observatoire des MOuvements de la Société (OMOS)** sous le titre: les représentations mentales et les médias.

Dans la rubrique «Nous et l’Occident», le chercheur irakien Mazen AL-MTOURI a écrit une étude intitulée «L’image de la philosophie islamique dans la raison occidentale, lecture critique des thèses de Bertrand Russell».

Cet exposé comporte une démarche inductive de l’image de la culture islamique dans l’interprétation philosophique occidentale tel qu’on a vu chez le philosophe anglais Bertrand Russell (1872 – 1970).

Notons d’ailleurs que ce texte est inspiré du chapitre dix «La culture musulmane et la philosophie» dans *Histoire de la philosophie occidentale* traduit en arabe par Zaki Najib Mahmoud.

Dans la rubrique «le monde des notions», on lit un article sur la science de l’information, intitulé «Science de l’information:

Cette approche s'efforce de résoudre la problématique citée sous l'invocation du projet scientifique du chercheur allemand Mark HANSEN sur ce qu'il appelle «numérisation des corps»

Le chercheur irakien Amer Abd Zayed Al-WAELI examine dans son étude la question du Média dans le domaine de la domination, et estime que le temps techno-électronique a atteint ses dernières limites du progrès avec la révolution des communications. Cependant, ce progrès scientifique ne se limite pas à l'usage technique, mais il s'engage dans le conflit des États et des sociétés. Le centre industriel occidental producteur du Média a joué un rôle décisif pour investir ce Média contemporain et dominer les populations.

Sur «Les effets du média sur la société du point de vue social», on lit un article rédigé par trois chercheurs indiens de l'Université de Kachmir: Hakim Khaled MEHRAJ, Akhtar Niyaz BHAT, Hakim Ramiz MEHRAJ.

Ils fondent leur article sur une évidence ontologique disant que l'homme est un être social qui ne peut vivre en seul loin des autres. Ses actes ne l'affectent donc pas seulement, mais aussi la société en entier, cette dernière à son tour affecte l'être humain par plusieurs façons. À partir de ce point, l'étude va présenter une brève définition de l'essence des médias et souligner les différentes formes de l'influence du Média sur l'individu, la famille et la société

Dans son article «Critique de la médiologie», le chercheur libanais Jamil Quaçem examine la notion de médiologie dans le Média contemporain du point de vue de la philosophie critique. Il évoque encore les variétés de la notion dans ce qu'il appelle l'ère de l'espace symbolique, et l'influence de cet espace sur les valeurs humaines, éthiques et épistémiques, et les dangers de transformer l'être humain à un être virtuel, comme les autres êtres virtuels.

manipulateur des esprits». Il examine le monde du Média du point de vue de l'analyse sociologique. Dans ce cadre il examine l'impact profond du monde virtuel sur le champ des valeurs morales, idéologiques et sociologiques, ainsi que les effets négatifs qui résultent de ce monde. M. ATTIYEH aborde le thème en s'appuyant sur la discussion des idées du sociologue français Pierre BOURDIEU et sa vision critique des actes du Média en France et en Occident, ainsi que leurs effets à l'échelle planétaire.

Le chercheur libanais Ali Qaçir a écrit un article intitulé «Le Média sous l'emprise de l'idéologie» où il examine le phénomène du Média religieux, en observant les transformations profondes qui prennent naissance dans l'activité et l'orientation des institutions médiatiques internationales, particulièrement le Média américain, après les attaques de 11 septembre.

Dans son article intitulé «Le nouveau Média et la perspicacité d'Ibn-Khaldoun» le chercheur libanais Mahmoud BERRY conçoit la question de Média comme question socio-culturelle qui porte aux variétés de la structure de la conscience dans les sociétés universelles, notamment les sociétés arabo-musulmanes. Le chercheur tâche d'analyser le Média contemporain et la révolution des communications à partir d'une vision historique de l'efficacité de l'information dans la configuration de la conscience de la communauté civilisationnelle et sa culture.

«L'ère de l'après-image» est une étude du chercheur égyptien Hamada Ahmad ALI, qui examine les dimensions socio-philosophiques du phénomène médiatique postmoderne. De là découle son titre qui désigne l'origine de la problématique posée à l'homme occidental en particulier, et aux sociétés humaines contemporaines généralement, et la possibilité d'atteindre une certitude en l'ère techno-électronique.

intitulé: notre société est la cible de Hollywood. Il est centré sur le rôle du cinéma américain dans la création de la conscience universelle, tout particulièrement dans l'espace arabo-musulman. Le chercheur retrouve la place exceptionnelle du cinéma hollywoodien qui exerce une influence sur les milieux et les différentes couches sociales tout au long d'une histoire entière. Le chercheur souligne également la croissance de l'influence de Hollywood avec le commencement de la révolution des communications à l›échelle planétaire.

Le journaliste libanais Khodor HAIDAR met en lumière l'histoire du lien entre les lobbys juifs et les médias. Il estime que la domination des juifs sur de nombreux dispositifs médiatiques et sur les institutions internationales est incontestable; les juifs ont planifié pendant des siècles pour améliorer l'image du «juif», le seul moyen qu'ils ont trouvé pour le faire est de contrôler les médias internationaux.

Cette étude est une présentation globale de la philosophie du Média chez les dirigeants juifs et les chefs du mouvement sioniste qui ont fondé des empires médiatiques à partir du XVIème siècle pour contrôler aujourd'hui les grandes entreprises médiatiques et les sites des réseaux sociaux

Dans son étude intitulée «Médias et experts: entre pédagogie et désinformation», le sociologue Pascal BONIFACE continue d'analyser des problématiques évoquées par la révolution médiatique au temps de la mondialisation. La grande problématique serait le fait d'aborder la place du processus médiatique dans le domaine de la pédagogie. Boniface examine également les mécanismes qui permettent la désinformation, et ses effets psychiques et sociaux sur les problèmes naissant dans le cadre des relations internationales.

Dans «cercles de débat», le chercheur égyptien Ahmad Abdel-Halim ATTIYEH écrit un article intitulé «Le Média en tant que

celles d'aujourd'hui après qu'il est associé au monde virtuel.

Cet article comporte un traitement analytique de la «médiation» au sein du champ médiatique, le chercheur propose des pistes interprétatives pour aborder la problématique.

Le chercheur iranien Mohammad Ridha ZAERI examine le phénomène du Média religieux en évoquant l'expérience des chaînes de télévision islamiques à partir de la fin des années 1980. Dans ce cadre, le chercheur souligne l›aspect le plus important dans l›étude de ce modèle: le très grand nombre des chaînes de télévision islamiques et la diversité de leurs méthodes de travail, ce qui reflète les différentes directions et courants religieux et confessionnels exprimés par ces chaînes. Dans cette étude on trouve une vision théorique et pratique du Média religieux du point de vue islamique. Le chercheur évoque la notion du Média à la lumière du texte coranique et ses explications dans le patrimoine arabo-musulman. Dans la pratique, le chercheur élucide le phénomène des chaînes de télévision, leur performance et leurs lacunes.

Le chercheur britannique d'origine iranienne, Sayyed M. REZA, a écrit un article intitulé: **Les représentations de l'islam et des musulmans dans la couverture de presse**. Cet article éclaircit un aspect problématique dans l'activité médiatique contemporaine, à savoir l'image de l'Islam et des musulmans fabriquée par les médias et les moyens de publicité tels que le cinéma et les institutions éducatives.

Le chercheur adopte la méthode scientifique de recherche et la critique de cette image typique conçue par les autorités culturelles occidentales à l'égard de l'Islam, en particulier dans les sociétés, américaine et britannique.

L'article du chercheur irakien, Haïdar Mohammad Al-KAABI est

Dans «Le document», le philosophe français Marcel GAUCHET suggère d'examiner la question des médias et leur conquête du monde contemporain par une nouvelle méthodologie. Il a écrit une conférence intitulée «penser la société médias», et a déterminé les questions fondamentales qui permettent de promouvoir la possibilité de comprendre l''idée «la société des médias»; il se penche sur deux ou trois enquêtes fondamentales, pour cerner l'influence des médias sur la politique. Dans son exposé, GAUCHET répond à une série de questions, dont les plus importants sont: est-il vrai que le «4ème pouvoir» a primé les autres pouvoirs? Quelle est la nature exacte de ce pouvoir? Comment la classe politique s'est adaptée avec ce nouveau milieu? N'est-il pas vrai que les médias ont ses influences politiques les plus profondes au travers des émissions de divertissement? N'est-il pas temps d'évaluer la portée de l'influence du discours public transmis par le spectre médiatique?

Le chercheur égyptien Bahaa DARWICHE examine «Les éthiques du Média» en répondant aux questions problématiques qui dominent les espaces ouverts de la révolution médiatique. Il est notamment question de savoir si des éthiques existent dans le Média; le Média doit-il être contrôlé par quantité de règles éthiques, dominantes ou directrices, ou bien ces règles sont des restrictions pour le Média pour réaliser ses objectifs et accomplir parfaitement sa mission?

Le sociologue français Jean DAVALLON écrit un article intitulé « La médiation : la communication en procès ? «. Il traite la problématique de la notion «Média» dans la culture contemporaine.

L'importance de cet article réside dans le contexte choisi par le chercheur pour faire ressortir la problématique conceptuelle et terminologique du terme «médiation». En effet, le chercheur montre que ce terme désignait des sens et des significations différentes de

Résumés du numéro 11 de la revue Al. Istighrab

Le Média

L'impérialisme du son, de l'image et de l'écho

Le numéro 11 de la revue Al-Istighrab comporte une série de recherches, études et articles sur leédia, en l'abordant des cotés de la notion, de la sociologie et de la culture. Elles examinent également leurs effets et retombées sur les systèmes de valeur scientifiques et éthiques, et les modes de pensée.

Des penseurs, chercheurs et sociologues, d'Europe, d'Amérique et du monde arabo-musulman, ont participé dans ce numéro.

Voici les résumés des recherches et études.

Dans la rubrique «Al-Mobtada», le rédacteur en chef écrit un éditorial intitulé «La séduction du spectacle» où il aborde l'impact épistémique et sociologique de la révolution du média sur la structure de l'homme contemporain.

Dans la rubrique «Entretiens», on lit un entretien avec Giancarlo PIRETTI, enseignant des sciences politiques et directeur des communications et de l'internet à l'Université de Washington aux Etats Unies d'Amérique.

Dans cet entretien, PIRETTI parle des influences des chaînes de télévision sur l'opinion publique. Il dévoile également le piège éthique qui devient plus profond à cause de la désinformation médiatique et la compétition entre les grandes entreprises pour collecter les informations merveilleuses.

Table des matières

Table des matières

Table des matières

Table des matières

Al-Mobtada

Entretiens

Le document

-In World of Concepts, the two Croatian writers Miroslav Tudjman and Nives Mikelic from Zaghreb University present an essay entitled “Information Science: Science about Information, Misinformation, and Disinformation”. This essay can be summarized by the following question: How can we differentiate between misinformation and disinformation? Participants in interactions (particularly in interactive network media) aim to change their intentions, goals, decisions and actions as well as those of other participants in communication. Integrity of information is therefore disturbed; changes are manifested as technical, semantic and social errors and lead to the creation of information, misinformation and disinformation. These become legitimate points of interest in Information Science.

- “Social Media” is a chapter from a study by the researcher Khodr Ibrahim under the title “Media” and published by the Islamic Center for Strategic Studies as part of a series which examines modern terms. This essay presents the key meanings of the terms in this domain, defines the techniques of social media sites and the conceptual keys and symbols used in the World Wide Web, and demonstrates the means and ways a user employs in order to deliver his messages and comments.

-In conclusion, the Book Arena section includes an analysis of a book by the French intellectual Regis Debray entitled “Life and Death of the Image”.

Jamil Qasem explores the concept of "channels" in modern media from a philosophical and critical perspective. Qasem presents the formation of this concept in what he calls the era of codification, and he also discusses the latter's effects on the ethical and epistemological values of humans and the dangers which lie in transforming man into a virtual being.

-Under the title "Media Hegemony", the Egyptian researcher Sabrine Zaghloul Al-Sayyed explores the virtual world and ist effect on civil society. She sheds light on the ethical, cultural, and behavioral impacts of the media revolution on civil societies and approaches this issue by referring to the most prominent theories and presumptions of the French sociologist Jean Baudrillard.

-In the Forum of Al-Istighrab under the title "Media: Culture of Success or Epistemological Emptiness?", we report the proceedings of an international conference held in Paris on the 23rd of November 2002 in which a number of French experts participated. This conference exhibits one of the most prominent stages that the debate on the effects of modern media on social and political life in Europe has reached. It must be noted that this conference was directed by the Observatory for Social Movements under the title "Mental Representations and the Media".

-In We and the West and, the Iraqi researcher Mazen Al-Mutawari presents an essay entitled "The Outlook to Islamic Philosophy in the Western Mentality" where he provides criticism of Bertrand Russell's premises. Al-Mutawari investigates the image of Islamic culture in Western philosophical interpretation according to Bertrand Russell (1872-1970) with a focus on the 10th chapter of History of Western Philosophy translated by Dr. Zaki Najib Mahmoud (1905-1993) under the title "Culture and Philosophy of Muslims".

examine modern media and the communications revolution by directing a historical view to the effectiveness of newscasting in the formation of awareness and culture in civilized communities.

-In his study entitled "The Post-Image Era", the Egyptian researcher Hamada Ahmad Ali tackles the socio-philosophical aspects of media in Post-Modernism. The title indicates the problem that Western individuals are facing in particular and modern communities in general, namely the impossibility of achieving certainty in the era of electronic technology. Ali strives to confront this problem by referring to the scientific project presented by German researcher Mark Hansen which is dubbed as the "codification of bodies".

-The Iraqi researcher Amer Abd Zayd Al-Wa'eli examines the issue of media domination and states that the era of electronic technology has reached its utmost development with the emergence of the communications revolution. This scientific development is not limited to technological usage but has also entered the conflict between countries and communities. The Western center for media production has played a critical role in exploiting modern media in order to dominate nations at different levels.

-Under the title "Impacts of Media on Society: A Sociological Perspective", three Indian researchers from Kashmir University –Hakim Khalid Mehraj, Akhtar Neyaz Bhat, and Hakeem Rameez Mehraj- base their essay on an ontological given: Man is a social being who cannot live in isolation. Therefore, his actions affect not only himself but society in general, and in turn society affects man in so many ways. This paper gives a brief definition of what media is and the various types of media impacts on the individual, family and society.

-In his essay "Criticism of Media Channels", the Lebanese researcher

Zionist movement who have been responsible for establishing media empires from as far as the sixteenth century in order to dominate huge media companies and modern communication sites.

-Under the title: "Media and Experts", the French sociologist Pascal Boniface analyzes a number of problematic issues that have arisen due to the media revolution in the era of globalization. The most prominent of these issues is probably his approach to media dynamics in education. Boniface also discusses the mechanisms of media disinformation in addition to their negative psychological and sociological effects on international relations.

In Circles of Controversy, the essays appear as follows:

-Under the title "Media's Manipulation of Minds" the Egyptian Professor Ahmad Abd Al-Halim Atiya examines the world of media from an analytical sociological perspective. Hence, he observes the profound effect of the virtual world on ethical, ideological, and sociological values in addition to the negative ensuing impacts. Atiya approaches this subject matter by discussing the outlooks of French sociologist Pierre Bourdieu and his critical view of media's effects on France and the West in addition to the entire world.

-In his essay entitled "The Hegemony of Ideology over Media", the Lebanese researcher Ali Kasir inspects the phenomenon of religious media by taking into account the great transformations that have emerged at the level of activity and orientation of international media institutions and especially American media after the 11th of September.

-Under the title "New Media and the Wisdom of Ibn Kahldoun", the Lebanese researcher Mahmoud Berri considers the media to be a socio-cultural point which results in awareness problems in societies all over the world including Arabian and Islamic communities. Berri strives to

a multitude of orientations and religious/sectarian movements. Zaeri presents a theoretical and practical view on religious media from an Islamic perspective. He treats the concept of "media" in the light of the Quran in addition to Arabian and Islamic texts. As for the practical aspect, he discusses the phenomenon of satellite channels, their performance, and the gaps they suffer from.

-Under the title "Representations of Islam and Muslims in Press Coverage", the British researcher of Iranian origin Syed M.Reza tackles a problematic aspect in modern media namely the image which the motion picture industry, educational institutions and policy-makers strive to represent about Islam and Muslims. Zaeri criticizes the stereotypes which cultural authorities in the West strive to associate with Islam and Muslims particularly in the United States and the United Kingdom.

-In his essay "Our Society under Hollywood's Threat", the Iraqi researcher Haidar Muhammad Al-Ka'bi focuses on the role of American movies in forming global awareness especially in the Arab and Islamic worlds. He remarks on the exceptional status of Hollywood and its effective role in influencing different social environments and classes throughout its history. Al-Ka'bi also mentions that this influence has increased simultaneously with the beginning of the communication revolution worldwide.

-The Lebanese journalist Khodr A.Haidar sheds light on the connection between Jewish lobbies and the media. He believes that no one can deny the Jewish domination of many mass media around the world in addition to international institutions, and that Jews have plotted for many years to improve their image and have found no way to accomplish that other than controlling media around the world. This study is a general view of media philosophy as seen by Jewish leaders and commanders of the

which facilitate the comprehension of the concept of “Media Society”. Gouchet relies upon two surveys in order to encompass the effect of media on politics, and in his lecture he provides answers for a set of questions: What is the “Fourth Estate” precisely and does it precede other estates? How have political powers adapted to this new environment? Is it true that the media brings about deep political impacts through entertainment programs? Is it not time to evaluate the effect of the general rhetoric which is transmitted by the media?

-The Egyptian researcher Bahaa Darwish tackles the issue of “Media Ethics” and provides answers to problematic issues which dominate the open spheres of the media revolution. Among the most prominent inquiries included in his essay are the following: Is there such a thing as media ethics? Should certain ethical regulations dominate the media or act as a guide, or do these regulations limit the full achievement of media goals?

-Under the heading “Mediation: A Point of Dispute”, the French sociologist Jean Davallon deals with the problematic concept of media in modern culture. The importance of this essay lies in the context which Davallon has chosen to demonstrate the problematic concept and term of “mediation”. He states that this term possessed different meanings and implications before it became connected to virtual reality. This essay presents an analytical treatment of “mediation” in the media domain, and Davallon strives to establish numerous interpretational and multi-directional lines in order to approach the issue.

-The Iranian researcher Muhammad Reza Zaeri examines the phenomenon of religious media and presents Islamic channels from the 80’s up till now as an example. He points out that the most important aspect in his study is the large number of Islamic satellite channels and the diversity in their techniques; this in turn reflects the presence of

Summary of the Research Essays Included in the 11th Issue of Al-Istighrab

This issue of "Al-Istighrab" contains a multitude of research papers, studies, and essays revolving around media and the conceptual, psychological, and cultural approaches to it. This issue also includes a discussion on the impacts of media on science, ethical values, and patterns of thinking. Intellectuals, researchers, and sociologists from Europe, the United States, and the Arabian and Muslim worlds have contributed to this issue, and in what follows is a summary of the contents of the studies included therein.

-In The Foreword entitled "The Dilemma of Exposure", the Senior Editor Mahmoud Haidar approaches the epistemological and sociological effects that the media revolution has on modern humans.

-The Interview section includes an interview about the "Effects of Satellite Television on Public Opinion in the West" with Giancarlo Bezetti, Professor of political science and manager of the center for internet and communications at Washington University. In this interview, Bezetti exposes the ethical predicament which is ever deepening as a result of press disinformation and the competition between companies to present incredible news.

-In the section dedicated to the Central Topic, the French philosopher Marcel Gouchet addresses the issue of media and its invasion of our modern world by employing a new methodology. In his lecture entitled "Reflections on Media Society", he determines the main questions

contents

contents

contents

contents

Occidentalism

AL-ISTIGHRAB

11

Intellectual Quarterly Dealing with Studying the West and Understanding it Scholarly and Critically

Published by the Islamic Center for Strategic Studies (Beirut Bureau)

Issue No. 11 - 4rd Year - 1439 H - Spring - 2018

Licensed by The Ministry in Lebanon By Decree # 423/2016

For Contact

Beirut-Lebanon- Airport Road- Military School Gate

Opp. Hypco Gas Station- Al Joud Bldg. Block B- 4th Floor

Telephone: 00961-1-274465

Website: http://istighrab.iicss.iq

E mail: istighrab.mag@gmail.com

Bank money Transfer

Islamic Center for Strategic Studies- Civil Compa.

IBAN: LB78 0052 0024 0013 0102 4055 9014

IBL BANK SAL. Swift Code: INLELBBE

11

Occidentalism

AL-ISTIGHRAB

Intellectual Quarterly Dealing with Studying the West and Understanding it Scholarly and Critically

Published by the Islamic Center for Strategic Studies (Beirut Bureau)

Issue No.11 - 4rd Year 1439 H. Spring - 2018

This quarterly

"Occidentalism" An intellectual quarterly aimed at studying and understanding the West from a cognitive and critical perspective

The quarterly "Occidentalism" is interested in understating the West by becoming acquainted with its approaches and intellectual, cultural and ideological structures and rereading them with a well-informed critical spirit. The objective of the Islamic Center for Strategic Studies from publishing this quarterly is based on the need to establish a creative intellectual expanse that leads to a commensurate communication between Islam and the West at the level of cognition and civilization.

At the forefront of the issues we deemed appropriate to work on within the aforementioned expanse is the attempt to approach the West from an angle that goes beyond what the Arab and Islamic elites were and are accustomed to in the past and the present, especially with respect to how the values and knowledge of the West are dealt with, whether in terms of pure imitation of these values or in terms of their complete refusal .

To illustrate its end, this quarterly adopts an integrative methodology based on the activation of three parallel and interrelated lines:

The first line: Getting acquainted with western societies as they are in reality, by staying updated about their scientific, intellectual, cultural and political developments, through the knowledge that the elites of these societies have to offer in the context of their analysis of the issues and problems they're experiencing at the outset of the twenty first century.

The second line: Learning about the approaches and policies adopted by the West vis-à-vis the East and Islamic societies in particular, in order to reveal many of the realities and allay the illusions that have captured the Arab and Islamic thought for a long period of time.

The third line: This is the line of criticism which has three facets:

The first facet: A criticism of the values of western thought and their repercussions at the intellectual level on the Arab and Islamic intelligentsia, and a demonstration of the resulting mechanisms of negative Occidentalism.

The second facet: A criticism of the West by the West itself through the selection and translation into Arabic of writings by western philosophers, intellectuals and researchers about issues that reflect the situation of their societies and the transformations heating these societies up in different fields.

The third facet: A criticism of the West by the Arab Islamic elites, proceeding from their knowledge of it and of its history and their attempt to compare it based on creative evenness and equal terms .

الاستغراب

occidentalism

AL-ISTIGHRAB

Intellectual Quarterly Dealing with Studying the West and Understanding it Scholarly and Critically

Licensed by The Ministry in Lebanon By Decree # 423/2016

Published by the Islamic Center for Strategic Studies (Beirut Bureau)

Issue No.11- 4rd Year - 1439 H - Spring 2018

الأسعار

الإمارات (30 درهم) ـ الأردن (2 دينار) إيران (15000 تومان) السعودية (30ريال) الكويت(3 دينار) ـ السودان (25 جنيه) الجزائر (250 دينار) ـ البحرين (3 دينار) العراق (7000 دينار) المغرب (30 درهم) الصومال(3500 شلن) ـ أميركا الشمالية (10 دولار) الاتحاد الأوروبي (10 يورو) ـ اليمن (400 ريال) تونس (5 دينار) ـ عمان (3 ريال) فلسطين (3 دولار) مصر(15 جنيه) موريتانيا (200 أوقية) ـ سورية (300 ليرة) قطر (30 ريال) ـ لبنان (7000 ليرة) ليبيا (5 دينار).

«السعر الإجمالي بما يعادل 5$»

الاشتراك السنوي أو ما يعادله

ـ أفراد	100 $
ـ مؤسسات أهلية	150 $
ـ مؤسسات حكومية	200 $

تطبيق المجلة

app qrcode

ISSN: 2518 - 5594

المركز الإسلامي للدراسات الاستراتيجية

مكتب بيروت

http://www.iicss.iq

http://istighrab.iicss.iq

istighrab.mag@gmail.com